اليـهود والاعلام

أسامة عبد الرحمن

مقدمة

سيطرُ اليهود على كثير من أجهزة الإعلام العالمية،والمؤسسات الدولية هذا أمر لا ينكرَه منكر؛ فهم يعملون ليلَ نهارَ لتحقيق هدفهم المنشود في السيطرة على العالم، واحتواءِ شعوبِهِ، وقد خططوا لذلك في بروتوكولاتهم الخبيثة،وأحكموا التخطيط، وبذلوا جهداً كبيراً،حتى تربَّعوا على عرش الإعلام والاقتصاد العالميّ ولا شكَّ أن نفوذهم لعِبَ وما زال يلعَب دوراً خطيراً وخبيثاً في الكيد للإسلام والمسلمين.

والصِّهيونية تعتمد على الصحافة بالدرجة الأولى في عملية التأثير الدعائي،وهو يَعكس ما جاء في البروتوكول الثاني عشر من بروتوكولات سفهاء صهيون: وستكون لنا جرائد شتى تؤيد الطوائف المختلفة من أرستقراطية وجمهورية وثورية، بل وفوضوية أيضاً، وسيكون ذلك طالما أن الدساتير قائمة بالضرورة، وستكون الجرائد مثل الإله الهندي فشنو كل يد ستجسُّ نبض الرأي العام المتقلب، وجاء في بروتوكول آخر: ومن خلال الصحافة أحرزنا نفوذاً، وبقينا نحن وراء الستار، ويلمِّحُ البروتوكول الثاني عشر[١] إلى أهمية السيطرة على وسائل الإعلام، حيث نصَّ على القول والقنوات التي تجد فيها التفكير الإنساني تُرجمانًا له: ستكون هذه الوسائل خالصة في أيدي حكومتنا.

في بريطانيا يسيطر اليهود على عشرات الصحف مثل التايمز، والصنداي تايمز، ومجلة صن ومجلة ستي ماجازين، وغيرها، وقد نُشِرَت إحصائيَّةٌ عامَ ١٩٨١م تُشِير إلى أن مجموع ما توزِّعه كل يوم ١٥ صحيفةً بريطانيةً واقعةً تحت سيطرة الصهاينة في بريطانيا وخارجَها - يبلغ حوالَي ٣٣ مليون نسخة وفي أمريكا تقذف المطابع يوميًّا بـ ١٧٥٩ صحيفة يتلقَّفها ٦١ مليون أمريكي، بالإضافة إلى ٦٦٨ صحيفة أسبوعية تصدُر يوم الأحد، ويُشرِف على توزيع هذا العدد الهائل من الصحف حوالي ١٧٠٠ شركة توزيع يسيطر اليهود سيطرة كاملة على نِصفِها، وسيطرة أقل على النصف الباقي وفي فرنسا لا يزيد عدد اليهود على ٧٠٠ ألف نسمة، ومع ذلك فإنهم يتمتَّعون بنفوذ كبير فى الحياة السياسية والاقتصادية، وتلعب وسائل الإعلام التي تقع تحت سيطرتهم المباشرة أو غير المباشرة دورًا فعَّالاً في تكريس النفوذ الصهيونيِّ في فرنسا.

وسيطروا على صناعة السينما والتلفزيون والمسرح والثقافة؛ فهم يسيطرون سيطرة شبه تامة على شركات الإنتاج السينمائي، وتشير بعض الإحصائيات إلى أن أكثر من ٩٠% من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي: إنتاجًا، وإخراجًا، وتمثيلاً، وتصويرًا، ومونتاجًا - هم من اليهود كما يسيطرون على شبكات التلفزيون الأمريكية، وهي أقوى الشبكات في العالم؛ حيث يقع معظمها تحت نفوذ اليهود، وقد امتدت أذرُع الأخطبوط الصهيوني إلى المسارح أيضاً، وتحكمت في توجيهها

ويستخدم اليهود هذه الوسائلِ في تنفيذ خُطَطهم، وفي محاربةِ الإسلام، والإساءةِ إلى أهله، حتى في الإعلانات التجارية التي يسيطرون على وكالاتها العالمية؛ يحاولون إظهار الرجل العربي فيها بصورة الهمجيِّ أو الأبله أو الغارق في شهواته وسيطرة اليهود هذه على وسائل الاعلام العالمية تجعلهم يتحكمون فى الرأى العام العالمى يوجهونه حيث أرادوا لصالحهم ضد القضايا العربية فيكونوا جناة ويصورون للعالم أنهم مجنى عليهم لذا دفعتنى هذه السيطرة المؤلمة على صناعة الرأى العام فى العالم إلى أن أبحث فى مدى هذه السيطرة ووسائلها والهدف من وراءها وها أنا أسطر ما وصلت إليه لتعلم معى كم يتعبون ليصلوا إلى أهدافهم ونحن ننام ونتمنى دون أن نسعى بشكل كافى لصناعة رأى عام يقف بجوارنا فى قضايانا مادام ذوى الرأى منا يخذلوننا ويقفون مع العدو الطبيعى والاستراتيجى ضد قضايا الأمة التى يطغى ضوء العدل فيها على ضوء الشمس لكن لاحق بدون قوة وراءه تحميه هذه هى السياسة الدولية وهذا منطق القوة.

المؤلف

الباب الأول
التاريخ والأهمية والأنواع

تعريف الإعلام:

الإعلام لفظ يطلق على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات،إلا أن الإعلام يتناول مهاماً متنوعة أخرى،تعدت موضوع نشر الأخبار إلى موضوع الترفيه والتسلية خصوصاً بعد ثورة التلفزيون وانتشارها الواسع تطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها اسم وسائل الإعلام، كما يُطلق على الأخيرة تعبير السلطة الرابعة للإشارة إلى تأثيرها العميق والواسع والاعلام لغةً من أَعْلَمَ؛ أي قام بالتعريف والإخبار لغيره، وأعلمَ أي أخبرَ،لذلك تقول العربُ أعلمَ فلانًا الخبرَ؛ أي أخبرَهُ به.

واصطلاحًا: هو انتقال معلومة بين الأفراد بواسطة فردٍ أو جماعة؛ بحيث تنتشر فتصبح لهم لغةً للتَّفاهُم، واصطلاحًا للتعامل، ووسيلةً للمشاركة أمَّا الإعلام عند المعاصرين فهو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبِّر هذا الرأيُ تعبيرًا موضوعيًّا عن عقلية الجماهير واتجاههم وميولهم أو: هو نقل المعلومات والحاجات والمشاعر والمعرفة والتَّجارِب بشكل شفوي، أو باستخدام وسائلَ أخرى بغرض الإقناع، أو التأثير على السلوك.

اتجه الفكر العالمي إلى ضرورة وجود منظومة إعلامية وإجتماعية وإقتصادية ، تلك الفكرة التي وجدت من أجل الحصول على معلومات تفصيلية عما يدور حولنا في العالم المحيط ، وعلى النطاق العالمي ، كان لا بد من وجود أنظمة متطورة تهدف بشكل أساسي للحصول على بيانات الأفراد والجماعات على حد سواء ، ولهذا السبب كانت الحاجة لاعلام عالمي يشرح وجهات النظر ، ويفسر الظواهر الطبيعية التي تحدث حولنا ولا نجد لها تفسير ، عند الحديث بشكل معلن ومفهوم ، فلا بد أن نأخذ فى الإعتبار أن الإعلام جعل الحياة بشكل عام أسهل بكثير مما يظنه البعض ، فتخيل حياتك مثلاً بدون وسائل إعلام ، كيف ستصلك الأخبار، وكيف ستعرف ماذا يحدث حولك في البيئة المحيطة بك ، فالعالم كله سيصبح غير واضح،ولا يوجد رؤية تحدد المفهوم الرئيس للتعاملات الخارجية مع الأفراد والمنظمات، ولعل اللافت الوحيد في موضوع الإعلام ووسائله أنه لا يوجد سبيل آخر للحصول على بيانات محددة للأحداث التي تدور على مسافات بعيدة عنا٠

ووسائل الإعلام منظومة متكاملة ، تساعد بشكل أو بآخر فى الحصول على البيانات والأخبار ، من الأفراد والجماعات المحيطة ، ويهدف الاعلام إلى تقريب وجهات النظر ، وتحويل المكان البعيد إلى قريب ، وأشخاص قريبين على حد سواء .

وتنقسم وسائل الاعلام إلى قسمين رئيسيين :

وسائل إعلام مرئية : وهي الوسائل التي من خلالها يمكننا مشاهدة الأحداث والظواهر المحيطة بنا ، وتساعدنا في الحصول على البيانات ، والمعلومات بنفس الحاجة التي توفرها باقي الوسائل ، وتختلف هذه الوسيلة عن غيرها ، أنها تضعك فى مجريات الأحداث ، وتجعل كل شيئ يبدو قريباً من وجهة نظرك ، ووجهة نظر القائمين عليه وتعد هذه الوسيلة الأفضل ، ورخيصة الثمن ، وتتوفر في التلفاز ، والإنترنت ، والحاسب وغيرها ،وحتى اليوم أصبحت الهواتف الذكية توفر لك خاصية الإعلام المرئي ، بسبب خواص الصوت والصورة المتوفرة فيها.

وسائل الإعلام المسموعة : وهي نوع آخر من وسائل الإعلام ، انتشرت مع بداية الحياة الاجتماعية ، ومكنت الحاضرين من تتبع الأخبار عن طريق السماع ، وهي وسيلة قديمة جداً ، وما زالت متداولة حتى اليوم ومن أهم الأجهزة التي استخدمت هذه الخاصية ، الراديو .

وظيفة الإعلام :

في الدول الديمقراطية تؤول وظيفة إعلام الجمهور وتكوين الرأي العام إلى الصحافة بصفة رئيسية، وهي من خلال عملها تقوم أيضاً بالنقد والرقابة العامة وتلك الوظائف تختلف في مدى حيادها وصدقها بحيث تنفع الجمهور والعلم المتخصص الذي يهتم بدراسة تاريخ وفاعلية الإعلام يسمى علم الإعلام.

ووظائف الإعلام مختلفة منها: تمثيل الرأي العام وتمثيل المؤسسات، ومنها الإعلان التجاري والتسويق والدعاية والتواصل مع الجمهور والتواصل السياسي،الترفيه مثل التمثيليات والموسيقى والرياضة والقراءة العامة، ثم ظهر خلال أواخر القرن الماضي الفيديو وألعاب الحاسب،تقديم خدمات للجمهور، وإعلانات ويمكن حصر هذه الوظائف في الآتي:

١- وظيفة إخبارية معرفية: حيث يعمل المرسِل على نقل المعلومات والوقائع والأفكار إلى المتلقي، وإعلامه بما يجري في العالم من أحداث، وذلك يؤدي إلى فَهم ما يحدث من ظواهر.

٢ - وظيفة تعليمية تنموية: بتدريب المتلقِّين عن طريق تزويدِهم بالمعلومات والمهارات، التي تؤهلهم للقيام بأعمالهم، وتطوير إمكانيتهم العلمية وَفْقَ ما تتطلبه ظروفُهم الوظيفية، وبذلك يتعلم المتلقي مهاراتٍ وخبرات جديدة، وتنمية الإنسان علميًّا وثقافيًّا واقتصاديًّا.

٣ - وظيفة إقناع وتغيير: بإحداث تحوُّلاتٍ في وجهات نظر الآخرين مما يدفع المتلقي للحصول على معلوماتٍ جديدة تساعده في اتخاذ القرارات، والتصرف بشكل مقبول اجتماعيًّا وتُعَدُّ هذه أهم الوظائف؛ إذ تساعد النظامَ الاجتماعي والسياسي في تحقيق الاتفاق، أو الإجماع بين أفراد المجتمع وفئاتِه المختلفة، وهي تهدف إلى إحداث التحولات أو التغيرات المطلوبة في وجهات نظر المجتمع حول حَدَثٍ مُعَيَّن، أو فكرة مُعَينة تساعد النظام الاجتماعي والسياسي على تحقيق أهدافه.

٤ - وظيفة ترفيهية: بالترويح عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتِهم، فيجد المتلقي الراحةَ والمتعة والتسلية.

٥- وظيفة إعلانية: وباتتْ إحدى أهم وأبرز وظائف الإعلام وأخطرها أيضاً، فمع تحول الإعلام إلى صناعةٍ وسلعة، أصبح الإعلامُ جزءًا من الحركة الاقتصادية والتجارية، وهكذا راحت تبحث عن مصادر التمويل، فوضعت لنفسها وظيفةً أساسية هي الإعلان، وقد باتت الصحف تحسّن كلَّ وظائفها الأخرى لترفعَ مستوى الإعلانات، فتمويل أكثر الصحف هو كالآتي :٢٥% قراء - ٧٥% إعلانات، وبعضها ١٠٠ % إعلانات.

تاريخ سيطرة اليهود على الاعلام:

نظراً لأنه لم يعرف تاريخ محدد لنشاط الاعلام بشكله المنتظم خاصة المسيطر عليه من اليهود فسنبدأ بعد تأسيس كيان لهم وتحديداً من عام ١٩٦٥حيث كان لليهود حتى عام ١٩٦٥ في أوروبا سبع وكالات للأنباء، و١١٤ صحيفة دوريَّة، منها ٣ صُحف يومية، وجريدة شبه يومية، و١٤ جريدة أسبوعية، ومجموعة من أنصاف الشهريات، وفي بريطانيا مثلاً: ٥وكالات أنباء، منها جويش كرونيكل نيوز، و٦ صحف أسبوعية؛ منها الجويشن أوبذوفر والجويشن كرونيكل ، و٣ نصف شهرية، و٦ كل شهرين، و٩ فصليات، و٥دوريات، و٥ سنويات؛ أي: مجموع الصحف ٤٥ صحيفة.

وتسيطر الصِّهيونية في أمريكا على أبرز الصحف وأهمها تأثيراً على الرأي العام الأمريكي، وهي نيويورك تايمز، وناشرها اليهودي سالزبيرجر، وواشنطن بوست، ورئيس تحريرها اليهودي كاثرين جراهام، وصحيفة وول ستريت جورنال، التي يتكون كادرها من اليهود، خاصة الرئيس التنفيذي، وصحيفة نيويورك ديلي نيوز، ومجلة التايمز، وناشرها اليهودي جون مايرس، وصحيفة كريستين نيانس مونتور، وهي صحيفة يومية مسائية تصدر في مدينة بوسطن منذ عام ١٩٠٨ عن جمعية العلم المسيحي، وصحيفة بالتيمورصن المرتبطة بالأوساط المالية، إضافة إلى الصحف الأخرى، مثل: لوس أنجلوس تايمز، وسان فرنسيسكو كرونيكل.

ومن الشبكات التلفزيونية المهمَّة التي تسيطر عليها الصِّهيونية في أمريكا: شبكة إن بي سي التي تأسست عام ١٩٢٦، وهي تُهيمنُ على ٢٠٠محطة بَثٍّ تلفزيونية مَحليَّة،و٢٩٩ محطة للبث الإذاعي، ويتكون معظم كادرها من اليهود، وهناك شبكة سي بي إس التي تُعدُّ من أقوى الشبكات التلفزيونية الأمريكية، ويصل نفوذها إلى كندا وأوروبا وأستراليا ونيوزلندا، حيث تأسست عام ١٩٢٧وتسيطر على أكثر من ٣٠٠ محطة للبثِّ الإذاعي، وأكثر من ٢٠٠ محطة تلفزيونية، ويديرها الرئيس التنفيذي اليهودي توماس وايمان، أما شركة بي بي إس، فهي شبكة للإذاعة والتلفزيون ترتبط بها ٢٠٠ محطة في ٤٣ ولاية أمريكية، ويرأسها اليهودي فرانك مانكي ديلس، إضافة إلى أبرز الشبكات الإخبارية، وهي سي إن إن، وشبكة فوكس لمردوخ اليهودي.

كما يسيطر اللوبي الصِّهيوني على أبرز الوكالات الأمريكية للأنباء، مثل: وكالة أسوشيتد برس، التي تعدُّ من أكبر وكالات الأنباء في العالم، تأسست عام ١٩٤٨، ومركزها مدينة نيويورك، ولها مكاتب إخبارية في مائة بلد، إضافة إلى وكالة أنباء يونايتد برس إنترناشيونال، الوكالة الثانية في أمريكا، وتأسست عام ١٩٥٨؛ نتيجة لاندماج وكالتي يونايتد برس وإنترناشيونال نيوزسيرفس، حيث تعود ملكية هذه الوكالة إلى شركتي سكريبس هاوارد ٧٥%، وهيرست ٢٥%، ولها ٢٦٠ مكتباً إخباريًّا في أقطار العالم، أما الوكالة الأخرى التي تسيطر عليها الصِّهيونية،فهي وكالة يوبتين للأخبار المصوَّرة تابعة لوكالة اليونايتدبرس الأمريكية، حيث تملك هذه الوكالة شبكة واسعة من المراسلين في العالم، وتزوِّد مئات الشركات التلفزيونية العالمية بالأخبار المصوَّرة.

والملاحظ أن اللوبي الصِّهيوني له شبكة واسعة من العناصر الصِّهيونية، والمؤيدة في الإذاعات الأمريكية التي تبلغ ٨٢٥٣ محطة إذاعية، أهمها الشركة الأمريكية للبثِّ الإذاعي سي بي سي، وشبكة إذاعة كولومبيا سي بي إس، وشركة الإذاعة الوطنية إن بي سي، والشبكة المشتركة للبثِّ الإذاعي إم بي إس، وتُعدُّ إذاعة صوت أمريكا الإذاعة الحكومية الأساسية في مجال البثِّ الإذاعي، حيث تُشرفُ على نشاطها وكالة أنباء الولايات المتحدة يوسيا، وقد تأسست عام ١٩٤٢، وتعد أقوى المحطات الإذاعية في أمريكا؛ لأنها تمتلك مراكز عديدة لتقوية البثِّ في مختلف أنحاء العالم، مثل: ألمانيا وبريطانيا واليونان والفلبين وليبريا وغيرها.

وهذه الإذاعة التي تبلغ ميزانيتها السنوية أكثر من أربعين مليون دولار يسيطر عليها اللوبي الصِّهيوني[١]

-من خلال قيادته للأقسام الإذاعية، ووجود أعداد كبيرة من اليهود في مجالات الكتابة الإذاعية المختلفة، والعاملين في مجال الأخبار والتعليقات والبرامج.

إنَّ نفوذ اليهود الصهاينة وسيطرتهم على وسائل الإعلام الأمريكية تَفُوقُ كل تصور، حيث يسيطرون على أغلب دور النشر والإنتاج السينمائي والمكتبات العامة إلخ ويبلغ عدد الصُحف المستقلة عن سيطرة إمبراطوريات الإعلام اليهودية حوالي ٢٥% فقط، من بين ١٦٠٠ صحيفة تصدر في أمريكا وإلى جانب سيطرة الصهاينة على أهم وسائل الإعلام في الغرب، فإنهم استطاعوا أن يؤسِّسوا مؤسسات إعلامية في إسرائيل لا تقلُّ أهميتها عن وسائل الإعلام التي تحدَّثنا عنها آنفًا [١].

ولا ننسى دور القنوات التلفزيونية العبرية، والإذاعات، ومواقع الإنترنت، التي تعمل إلى جانب هذه الصحف في إطار منظومة إعلامية متكاملة، والتي تصبُّ اهتمامها على خدمة سياسة الكيان الغاصب إسرائيل، وذلك وفق نهج إستراتيجية الموازين المقلوبة والمفاهيم المغلوطة، التي تجعل من الإرهابي الصِّهيوني ضحية، ومن المقاوم الفلسطيني إرهابيًّا.

وبعد كل هذه الأرقام الكبيرة والحقائق الخطرة، التي تعتبر غيضاً من فيض، لأنَّ ما خفي كان أعظم، نقول: إن الصهاينة نجحوا في ما لم ينجحْ فيه غيرهم، واستطاعوا أن يوجِّهوا الرأي العام العالمي وفق نظرياتهم ومخططاتهم المرسومة بإتقان عن طريق سياسات المكر والخداع، وفن التضليل، من خلال امتلاكهم لوسائل الإعلام والسيطرة عليها.

يقول هربرت شيللر في كتابه المتلاعبون بالعقول: إن امتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها، شأنه شأن أشكال المِلْكِيَّة الأخرى، متاح لمن يملكون رأس المال والنتيجة الحتمية لذلك هي أن تصبح محطات الإذاعة، وشبكات التلفزيون والصحف والمجلات، وصناعة السينما ودور النشر مملوكة جميعًا لمجموعة من المؤسسات المشتركة والتكتُّلات الإعلامية، وهكذا يصبح الجهاز الإعلامي جاهزًا تمامًا للاضطلاع بدور فعَّال وحاسم في عملية التضليل[1].

ولا شكَّ في أن جهاز الإعلام الصِّهيوني أكبر مضلِّل وأعظم متلاعب بالعقول في هذا العصر، ويكفينا برهانًا على ذلك ما نقرؤه من مقالات على صفحات الصحف والمجلات الغربية، التي تزكي أطروحة صراع الحضارات التي تحدث عنها صامويل هنتجتون في كتبه كثيرًا، وتنظر إلى الإسلام باعتباره دينَ التخلف وعدوَّ الحضارة

كما نجد السينما الغربية تصور المسلم بأبشع الصور، وتصفه بأقذر الصفات أعظم دليل على التضليل الإعلامي الذي تمارسه الأجهزة الصِّهيونية المسيطرة على السياسة الإعلامية الدولية.

أهمية الاعلام في المجتمع المعاصر :

ازداد الاهتمام بوسائل الاعلام بشكل لافت للنظر في الآونة الاخيرة نظراً لما يمر به العالم من أحداث سياسية واجتماعية واقتصادية تستوجب التوقف عندها ومتابعة المجريات السياسية خطوة بخطوة للوقوف على المجريات والأحداث التي نمر بها ويأتي الاعلام بوسائله المتعددة والمختلفة لينقل أهم المجريات على الساحة العربية والعالمية حيث تتوقف صفة وأهمية الاعلام وفاعليته على ارتباطه بالأحداث والظروف القائمة في وقت معين حيث يشتمل على عدد من وسائل الاتصال التي لها تأثيرها المباشر على المستقبل فمنها وسائل مقروءة حيث يتم الاتصال عن طريق الكلمة المكتوبة وهنك وسائل اتصال مسموعة حيث يتم الاتصال عن طريق الكلمة المسموعة وهناك وسائل مرئية حيث يتم الاتصال عن طريق الكلمة المصورة وأيضاً هناك ما يعرف باللغة الصامتة في الاتصال لكن الوسائل المهمة التي يتركز عليها الاعلام كوسيلة مهمة هي الاذاعة والتليفزيون والصحف اليومية وكذلك المجلات وغيرها من الوسائل الأخرى.

تعتبر الصحف اليومية وسائل اتصال مقروءة لها أهميتها في مجال الاعلام سواء كانت على شكل إعلان عن شيء معين أم في شكل خبر أم مقال ....الخ وتتميز الصحف بأنها وسيلة اعلامية رخيصة الثمن يمكن الحصول عليها ببساطة كذلك فهي وسيلة توفر فرص الاتصال اليومي المتكرر كما أنها تصل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع خاصة في الدول التي يرتفع فيها المستوى الثقافي لأفراد الشعب حيث تصبح الصحيفة اليومية ضرورة من ضروريات حياة الشخص المثقف ،هذا فضلاً عن أن الصحف وسيلة اعلامية تناسب فئات مختلفة من الجماهير فهناك صحف تصدر باللغة العربية وأخرى تصدر بلغات أجنبية.

كذلك فان الصحف تحاول عادة تغطية مجالات وموضوعات عديدة تهم القراء كالأخبار المحلية والعالمية والأخبار المرتبطة بمجالات الرياضة والأحداث السياسية والمال والاقتصاد والاعلان والدين والمجتمع والشباب والمرأة والفنون والثقافة وغيرها والواقع أن لكل صحيفة هويتها المتميزة وقد تكون هناك بعض الخصائص المشتركة بين الصحف مثل نشرها للاخبار السياسية والمالية والرياضية وغيرها لكن رغم ذلك نجد أن لكل صحيفة شخصيتها وهويتها المتميزة والملموسة.

وكذلك الإذاعة والتليفزيون وهما وسيلتان من وسائل الاتصال العامة ذات التأثيرالفوري والمباشر وتعتبر الاذاعة وسيلة مهمة من وسائل الاتصال أو الاعلام السمعي حيث لها تأثير كبير على نفوس المستمعين بمختلف فئاتهم باعتبارها ضرورة من ضرورات الحياة في المجتمع

وتستخدم الاذاعة كوسيلة اعلامية على نطاق شامل كما أنها تنقل المادة الاعلامية بسرعة وفي أوقات مختلفة إلى الجماهير التي توجد في أماكن متفرقة أو نائية حيث يمكن أن تصل إلى الناس أياً كان مكانهم بأقل التكاليف والكلمة المسموعة لها تاثير في النفوس خاصة أنه يمكن اذاعة المادة الاعلامية أكثر من مرة خلال اليوم الواحد حتى نضمن سماع مختلف الفئات لها في أوقات مختلفة فاننا لا نضمن أن أفراد المجتمع سيسمعون المادة الاعلامية في وقت واحد.

كذلك يمكن اذاعة المادة الاعلامية في أكثر من برنامج اذاعي وعلى أكثر من موجة حتى تصل إلى غالبية الجماهير ويعتبر التليفزيون بما في ذلك الفضائيات المختلفة من وسائل الاتصال أو الاعلام السمعي والبصري فهو يجمع بين الصورة والصوت والحركة فتأثيره على المشاهدين والمستمعين أقوى من تأثير الاذاعة فإلى جانب الصوت يقدم التلفزيون صورة حية حركية فضلاً عن الألوان وفي عصر التطور والمعلومات تزداد حاجتنا إلى وسائل الاعلام خاصة في الظروف الراهنة التي أصبح فيها سماع المادة الاخبارية من أولى اهتمامات الفرد لمعرفة التطورات المختلفة التي تحدث .

وظائف الإعلام (الكلاسيكية والمعاصرة والسياسية):

أولاً : وظائف الاعلام الكلاسيكية:

١. الوظيفة الاعلامية والاخبارية: وتتمثل في جمع وتخزين ومعالجة نشر الأخبار والأنباء والرسائل والبيانات والصور والحقائق والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية ,القومية والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات الصائبة.

٢. التنشئة الاجتماعية: وتنحصر هذه الوظيفة في توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن الأفراد من أن يعملوا كأعضاء ذوو فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه ودعم التآزر والوعي الاجتماعيين وبذلك تكفل مشاركة نشطة في الحياة العامة.

٣. خلق الدوافع: ويقصد بذلك أن الاعلام يساهم في دفع الأهداف المباشرة والنهائية لكل مجتمع وتشجع الاختبارات الشخصية والتطلعات ودعم الأنشطة الخاصة بالافراد والجماعات التي تتجه نحو تحقيق الهدف المتفق عليه.

٤. الحوار والنقاش: يساهم الاعلام في تبادل حقائق الأزمة لتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا العامة وتوفير الأدلة الملائمة والمطلوبة لدعم الاهتمام والمشاركة على نحو أفضل بالنسبة للأمور التي تهم الجميع محلياً وقومياً ودولياً .

٥. التربية:أي نشر المعرفة على نحو يعزز النمو الثقافي وتكوين الشخصية واكتساب المهارات والقدرات في كافة مراحل العمر.

٦. النهوض الثقافي: يسعى الاعلام إلى نشر الاعلام الثقافي و الفني بهدف المحافظة على التراث والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد وايقاظ خياله واشباع حاجاته الجمالية واطلاق قدراته على الابداع.

٠٧الترفيه: وتتمثل في التمثيليات والمسرحيات والقصص والفن والأدب والموسيقى بهدف الترفيه ورفع المعاناه عن الجمهور لتخفيف التوتر النفسي بسبب معاناة الحياة اليومية.

٠٨ التكامل: وتتمثل في توفير الفرص لكل الأشخاص والأفراد بما يكفل لهم الوصول إلى رسائل متنوعة تحقق حاجاتهم في التعارف والتفاهم على تشكيل موقفهم حيال القضايا المطروحة بل والمساهمة في نشر التعليم والعلم والوعي وتزويد أوجه النشاط الحيوي والفكري للمجتمع بطاقات خلاقة وعظيمة من خلال التوجية والاقناع٠[١]

الوظائف المعاصرة للاعلام:

انحصرت وظائف الاعلام المعاصر فى التالي:

١. توسيع الآفاق: حيث أن وسائل الاعلام من خلال قيامها بتقريب ما هو بعيد وتسهيل ما هو قريب يمكن أن تساعد على عبور الهوة بين المجتمع التقليدي والحديث .

٢- اثارة الطموحات: حيث تخلق طموحات للخيال وتصورات لدى الشعوب ونتيجة لذلك يتفوق ويتجاوز الانجازات الاجتماعية الأمر الذي يبعث لديهم الدافع إلى تغييره حيث بدون إثارة الطموحات ودون حث الأفراد على النضال من أجل حياة كريمة ومن أجل التنمية الوطنية فمن غير المحتمل أن تحدث التنمية المرجوة.[١]

٣. تأسيس المعايير الاجتماعية: فمن خلال وسائل الاعلام يمكن تأسيس معايير سلوك التنمية في الحكم العام ومراقبة الانحرافات عن هذه السلوكيات.

٤. المساهمة في التخطيط الوطني والقومي: حيث يجب أن يتعلم أفراد الدول النامية مهارات وأساليب جديدة للحياة حيث تنقل وسائل الاعلام المعلومات والمناقشات التي من خلالها تصل الأمة إلى فهم الحاجة إلى الخطط والاتفاق عليها وانطلاقاً من هذه الوظيفة عليها طرح القضايا العامة ومناقشتها وفي هذا الصدد أشار أحد الخبراء إلى أن طرح القضايا العامة قد يجلب اتهامات ان الاعلام قد احتل دور البرلمان.

تشكيل الاتجاهات: الاعلام ليس مجرد اعطاء المعلومات والمعارف وانما المقصود هو تغيير الاتجاهات وتحريك الجماعات للعمل في اتجاه معين لتحقيق الاهداف المطلوبة[١] اي ان وسائل الاعلام تبلور صورة المستقبل بحيث تعطي صورة قادرة على دفع الانسان ليعمل مايجب أن يعمل وقادرة على تغيير المجتمع .

٦. التدريب والاعلام: من خلال المهارات والبرامج اللازمة التي يتم تعلمها حيث يتم تدريب افراد المجتمع كل حسب رغبته واختصاصه وفق خطة التنمية المطلوبة.

٧. المشاركة في صنع القرار: لكي يحدث الاتفاق الجماعي على القرار يتطلب هذا تغييراً في الاتجاهات والمعتقدات والمعايير الاجتماعية المسيطر عليها لهذا فان آليات الاتصالات بين الناس تعتبر العامل الرئيسي الحاكم ومن هذا المنطلق تقوم وسائل الاعلام بدور هام في هذا المجال عن طريق تغذية المعلومات من خلال المناقشات وعن طريق الكلمة الى القاعدة وعن طريق ايضاح المسائل الاجتماعية أي أن وسائل الاعلام يمكنها أن تساهم في توسيع دائرة الحوار السياسي ومن ثم تتزايد فرص المشاركة الواعية في عملية صنع القرار[١]

الوظيفة السياسية للاعلام:

الوظيفة الاخبارية ومراقبة البيئة الخارجية: أي أن وسائل الاعلام لا تمد المجتمع بالمواد الاعلامية فحسب بل تلعب دوراً أساسياً في المجتمع أي أنها تصنع كثيراً من المعلومات في برامج العمل السياسي كما أنها تساعد على تحديد المطالب السياسية التي تثار وهذه المطالب لها فرصة الارضاء وأيهما سوف يؤجل أو يهمل لأن وسائل الاعلام تقوم بابراز المسائل التي تكون محط اهتمام فوظيفة المراقبة العامة للبيئة وظيفة سياسية تحدد أي الأحداث سيتم تغطيتها إخبارياً وأي الأحداث سيتم تجاهله

فوسائل الاعلام تؤثر في تحديد من الذي ستتاح له فرصة ليصبح موضوعاً للمناقشة السياسية والعقل السياسي وبدون التغطية الاعلامية للاحداث فتأثيرها السياسي يقل أو لايكون هناك أصلاً[١]،

٢. الرقابة: فعلى المستوى الخاص لوسائل الاعلام تأثيراً واضحاً على المواطن العادي فى منزله وعينه وأذنه على العالم المحيط به فوسائل الاعلام تخبر المواطن بالظروف الاقتصادية وأخبار الرياضة والطقس والأعمال والأحداث الثقافية والاجتماعية والثروة والصحة والحياة العامة والخاصة للمشهورين كما تقوم بنقل الأخبار التي تؤكد أن النظام السياسي يعمل لمواجهة الأزمات المتجددة والأخطار المفترضة وتأكيد هذا المعنى أمر هام جداً للاحتفاظ بالتماسك الاجتماعي للشعب ويعني

توفير الظروف المواتية للاستقرار للنظام السياسي القائم طالما أن الحكومة قادرة على القيام بوظائفها[١].

٣. تفسير الاحداث: حيث تقوم وسائل الاعلام بتفسير الاحداث ووضعها في السياق العام وتوقع نتائجها اذ ان التفسير المختار يؤثر على النتائج السياسية التي تستخدمها وسائل الاعلام خاصة الصحافة لايضاح نقطة هامة او تشخيصها او وصف الفاعل السياسي في تشكيل الاراء وتطوراتها[٢].

٤. التنشئة السياسية: هذه الوظيفة حددها عالم الاتصال لاسويل إذ يقول ان التنشئة السياسية هي العملية التي يمكن بواسطتها تشكيل الثقافة السياسية أو المحافظة عليها أو تغييرها والسمة الأساسية لها أنها عملية مستمرة مدى الحياة[٣].

صور الإعلام في الوقت الحاضر:

وللاعلام عدة صور تبعاً للهدف منه ومن ذلك:

- نقل خبر حدث فعلاً وتوظيفه لخدمة جهة معينة من خلال تحليله بما يتناسب وتوجهات تلك الجهة أو إضافة أحداث وشخصيات غير واقعية للخبر أو إظهاره في توقيت معين أو مع خبر أو مجموعة أخبار لفرض نتيجة تحليلية لا شعورية على المتلقي وهذه الصورة موجودة في وسائل الإعلام الحديثة بصورة ملفتة للنظر

- نقل خبر بدون هدف من ورائه باستثناء الرغبة في نقله واستجابة لرغبة المستمع وهذه الصورة هي الدارجة في التعاملات العادية وهي نادرة في وسائل الإعلام الحديثة

- نقل وجهة نظر إلى المتلقي ومحاولة إقناعه بها من خلال عدة أساليب أهمها اختيار الآلية المناسبة للطرح والتوقيت المناسب أيضاً واختيار المؤثرات المناسبة لتقبل وجهة النظر كما في وسائل الإعلام المرئيةومحاولة حشد التأييد ولو كاذب لوجهة النظر تلك .

- نقل صورة كاذبة عن الواقع لتغييره أو الحصول على مكاسب معينة أو الضغط على جهة معينة من خلال التحليلات والتقارير والأفلام والمسلسلات .

- تكذيب وجهة نظر صحيحة والترويج ضدها.

- تضخيم بعض الأخبار ووجهات النظر والشخصيات لتحقيق عدة مآرب من وراء هذا التضخيم خاصة تضخيم الشخصيات فقد يكون المراد من ذلك التمهيد لضرب تلك الشخصيات والقضاء عليها.

- محاولة الهروب من الواقع من خلال وسائل الترفيه والتسلية التي توفرها وسائل الإعلام وهذا الأمر لا يدخل في صلب وظيفة وسائل الإعلام لكنه قد ينفع كوسيلة للتخفيف عن المتلقي ولكنها في الغالب تأخذ حيزاً مبالغ فيه من وسائل الإعلام وتتخذ صوراً شاذة في أغلب الأحيان كالأغاني والأفلام والمسلسلات الإباحية.

- نقل صورة واقعية عما يحدث في الواقع ونقل الأخبار بصورة دقيقة ونقل التحليلات الموضوعية للأخبار ووجهات النظر وإعطاء صورة واقعية للشخصيات والتصورات الموضوعية عن المستقبل ومحاولة تغيير الواقع نحو الصورة الأحسن وتوظيف الاعلام لخدمة المجتمع وهذه الصورة غير موجودة في الواقع الإعلامي أو موجودة ولكن بصورة مصغرة جداً خاصة إذا كان يخدم مصالح الجهة المتبنية لوسيلة الإعلام

-تصوير المستقبل بما يخدم توجهات الجهة المتبنية لوسيلة الإعلام حيث يتم تصوير المستقبل استناداً إلى أمور غير واقعية.

- غض الطرف عما يحدث في الواقع وتجاهل بعض الأحداث والشخصيات بهدف إلغاء آثارها.

- تكذيب خبر صحيح وتجميع القرائن ضده لأنه لا يتناسب وتوجهات الجهة المتبنية لوسيلة الاعلام.

استحالة حياد الإعلام:

وعن قضية التزام شبكات الإعلام بالحياد، علق عدد من أساتذة الإعلام في تصريحات لشبكة الإعلام العربية محيط، فقال أن تحقيق الحياد الإعلامي بنسبة مئة فى المئة أمر محال بسبب تبعية هذه الوسائل، لأسباب عدة أبرزها نفوذ وسياسات سواء من الدولة للإعلام القومي أو من سيطرة رأس المال في الإعلام الخاص غير المستقل بسبب تبعيته لرجال الأعمال وبالتالي فهو يخدم مصالحهم.

قالت دعواطف عبد الرحمن أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، أن الاحتكارات العابرة للقارات تحدث سيطرة لدول الشمال بسبب عدم وجود شركات أفريقية عملاقة، وهذه الشركات هي أحد أدوات الهيمنة والاختراق الغربي لدول العالم الثالث

حيث تروج لقيم استهلاكية وثقافية تهدد الثقافة الوطنية القومية للدول الأفريقية، و تخلق أنماط سلوكية استهلاكية وليست إنتاجية، وحولت وسائل الإعلام إلى أدوات للطبقات المسيطرة على الشركات العملاقة لنشر أهدافها الرأسمالية المعادية للديمقراطية والعدالة الاجتماعية.

وقالت الدكتورة عزة عزت أستاذ الإعلام بجامعة المنوفية، إن صناعة الإعلام في الوقت الحالي صناعة عملاقة ومكلفة ولا أحد يقدم إعلام محايد وموضوعي أو مستقل فهذه الشركات يملكها رجال أعمال لهم مصالحهم وقناعاتهم والتي لن يسمحوا لأحد أن يقدم ما يتناقض معها ومواجهة ذلك يكون من خلال طريقتين؛ إما تقوية الإعلام الحكومي الرسمي الذي هو ملك للشعب ليعبر بصدق عن الوضع دون محاباة أو تضليل أو إيجاد شكل آخر للملكية من خلال شركات مساهمة يمتلكها مجموعة أفراد أو شباب وطني وليس مستثمرين لتكون عنصر منافس في مواجهة رجال الأعمال ولفترة طويلة انبهر الكثير بالإعلام الغربي باعتباره قلعة من قلاع الحرية ومتنوع في وسائله وإصداراته والمواطن في الغرب لديه حرية في الاختيار، لكن كل ذلك مخالف للحقيقة فهي كلها وجهات متعددة لمضمون واحد وشركات عابرة للقارات تقدم أكاذيب لخدمة مصالح رأسمال المالك، والتي تتعارض في الغالب مع صورة الإسلام والقيم العربية العريقة.

أي وسيلة لديها معايير وقرارات لانتقاء ونشر أو عدم نشر مادة معينة وهنا الحياد المطلق غير موجود وبل غير مطلوب هكذا قال د٠ محمود علم الدين أستاذ الصحافة بجامعة القاهرة،وجهة نظره، فالاقتصاد السياسي موجود وله تأثير على الوسائل التي قد تكون ذراع سياسي لمالكها تدعم أنشطته السياسية والاقتصادية وصورته فسيطرة الشركات العملاقة والإمبراطوريات الإعلامية الأمريكية على الإعلام والإعلانات وبحوث التسويق والإنتاج التليفزيوني له آثار اجتماعية وثقافية على الناس أثبتتها البحوث والدراسات.

عناصر الاعلام:

للاعلام ثلاث عناصر اساسية هي:

- عنصر المرسل؛- عنصر المستقبل؛- عنصر الادارة او الوسيلة.

ويعتبر عنصر المرسل صاحب الرسالة الاعلامية او تلك الجهة التي تصدر منها هذه الرسالة سواء كانت جهة حكومية أو أهلية أو جماعية أما عنصر المستقبل فهو الجهة التي توجه إليه الرسالة الاعلامية سواء كان فرداً أو جماعة والعنصر الثالث هو الأداة أو الوسيلة التي بواسطتها تؤدى الرسالة الاعلامية والرسائل الاعلامية يمكن أن تكون صحيفة ، مجلة ، إذاعة، تلفاز، خطة، ندوة، مؤتمرات أو وكالات خاصة لنشر الأنباء أو سوق أو معرض إلى غير ذلك من الوسائل.

الباب الثانى
الاستراتيجية الاعلامية الصهيونية

الإعلام والفكر الصهيوني:

يقوم الإعلام الصهيوني بمختلف مؤسساته بتلبيس الحق بالباطل وتصوير الضحية جلاداً والقتيل قاتلاً لتضليل الرأي العام وقلب الحقائق وطمسها،ويؤدي من خلال الصحافة والإذاعة والدعاية والمؤثرات الدينية دوراً متقناً في تشويه صورة العربي وإظهار الإسرائيلي بصورة مثالية فالدعاية الصهيونية تتميز بإيجابية شديدة عندما يتعلق الأمر بالكيان الصهيوني، فتبرز إسرائيل بدور إيجابي بنّاء، وفى المقابل تؤكد على سلبية الموقف العربي، فهي تكرر دائماً أن إسرائيل تريد السلام، وترغب في إقامة علاقات طبية مع جيرانها.

ويحتل جانب الدعاية حيزاً هاماً في النشاط الصهيوني الإعلامي الموجه من خلال أجهزة ووسائل إعلام إسرائيل، وقد أكد الحاخام يريتسورن في اجتماع سري نظمه اليهود عام ١٨٦٩م في سويسرا على أنه إذا كان الذهب هو القوة الأولى في العالم فإن الصحافة هي القوة الثانية وعلى اليهود الاستيلاء على الصحافة بواسطة الذهب لتحطيم الحياة العائلية والأخلاقية والدين والفضائل الموجودة لدى البشرية عامة، لهذا تجهد الصهيونية لبث روح الدعاية وإحيائها في المجتمع الإسرائيلي أو التوجه إلى الخارج من خلال امتلاك أكبر عدد ممكن من المؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء الوطنية والعالمية.

وتستخدم إسرائيل البث الموجه بالعربي على الموجة الثانية في التلفزيون الإسرائيلي العربي وأثير الإذاعة العربية الإسرائيلية الرسمية على الموجة الطويلة وتتحكم بهما أجهزة المخابرات العبرية في بث الإشاعات وصناعة الأخبار الكاذبة ، ناهيك عن الدوريات والنشرات اليومية والصحافة المكتوبة والمدونات على الانترنت لتشويه صورة الفلسطيني والعربي بكافة الإمكانيات والمجالات المتاحة لهذا الإعلام .

وتعتمد الدعاية الصهيونية/ الإسرائيلية على مبدأ التضليل بصفة عامة، ولا يتم هذا من خلال الكذب المباشر وإنما من خلال الاختصار والاختزال والاعتماد على الإبهام والغموض كما يلجأ الصهاينة أحياناً للغش المصقول وقد بين أبا إيبان، وزير خارجية إسرائيلي أسبق، أن الدبلوماسية الإسرائيلية عادة ما تختار حلاً للصراع العربي ـ الإسرائيلي وهي تعلم مسبقاً أن العرب لا يمكن أن يقبلوه، ثم تبدأ آلة الإعلام الصهيونية في التهليل له، وحينما يرفض العرب مثل هذا الاقتراح يتوجه الصهاينة للعالم متظاهرين بأن الألم يعتصرهم لرفض العرب اقتراحهم السلمي. ولما كانت الأهداف المتعددة تقتضي أساليب متعددة وأصواتاً متعددة، فإن الدعاية الإسرائيلية توظف الأدوات بحيث يمكنها إصدار عدة أصوات مختلفة فهناك صوت يساري معتدل، وآخر يميني متطرف، وثالث صوت وسط يقف بين الاثنين، ثم يسمح لكل الأصوات بأن تظهر فيما يشبه الجوقة على أن يصل لكل متلقّ الصوت الذي يحبه لذا يطلق على هذه الآلية دبلوماسية الجوقة .

وقد تمكنت الدعاية الصهيونية من ربط تصرفات العرب بما كان يفعله النازيون، وهذا التزاوج في الصورة يكفي وحده لإثارة النفور من العرب لدى الملايين من أهل الغرب الذين لم ينسوا ما أوقعه النازيون من خراب للإنسان والإنسانية، وقد ساعدهم في ذلك عدم وجود دعاية عربية دفاعية أو مضادة لأن الوضع العربي الراهن يفتقر إلى استراتيجية موحدة وتصف الدعاية الصهيونية النظم السياسية العربية بالديكتاتورية المتسلطة كما تتهم الدول العربية بالعنصرية والتفرقة الدينية، وتعطي مثلاً على وضع الأقباط في مصر حيث تصفهم بأنهم مواطنون درجة ثانية،فى المقابل تبرز الدعاية الصهيونية الشعب الإسرائيلي بصورة مثالية، فالمواطن الإسرائيلي هو دائما ذكي وشجاع، محب للسلام ذو أخلاق عالية وأن إسرائيل هي واحة الديمقراطية في منطقة الشرق الأوسط وتوجد في معظم الوزارات الإسرائيلية دوائر إعلامية تسعى جميعها لتحقيق ذات أهداف العدو الصهيوني، إضافة لمحطات تليفزيون وإذاعة وصحافة وإعلام اليكتروني.

وهكذا تسعى إسرائيل دائماً لتحقيق النصر في المعركة الإعلامية على المستوى المحلي والعالمي ضد الفلسطينيين وضد كل ما هو عربي باعتمادها على كل ما هو متاح من وسائل الحرب النفسية وأدواتها الإعلامية بالإضافة إلى الاستخدام الماكر للمعارض والمتاحف والسينما والمسرحيات والندوات والاجتماعات والملصقات والمنشورات وكذلك عبر التبادل الثقافي والعلمي مع الآخرين

وعلى هذا يتحدد هدف الدعاية الصهيونية على النحو التالي :

- إسكات كل صوت مضاد بين المجموعة الثانية.
- التغلغل بطريقة مباشرة في صفوف المجموعة الثالثة.
- تحديد الإطار الفكري ومناخ الرأي العام الذي تتنفس فيه المجموعة الأولى.

وتتميز الدعاية الصهيونية، من هذه الناحية بثلاث خصائص:

- الإيجابية، بمعنى التبني الدائم لموقف المبادرة والهجوم.
- استغلال التباين في علاقات القوى السياسية داخل المجتمع المستهدف.

كما تعمد الدعاية الصهيونية إلى سياسة خلط الأوراق، وإسدال غشاوة على العيون، وصم الآذان حتى يصبح المتلقي غير قادر على التمييز بين القاتل والضحية وترتكز على التالي:

١ ـ تخطيط دعائي منظم من جانب وزارة الخارجية الإسرائيلية.

٢ ـ استغلال الأقلية التي تربطه بالمجتمع اليهودي التقاليد التاريخية.

٣ ـ وجود خلفية تاريخية، في المواقف المتميزة ضد البلاد العربية وعدم وجود دعاية عربية مضادة أو عكسية، وإذا وجدت فليست على المستوى المطلوب للمواجهة، لأن الوضع العربي الراهن يفتقر إلى إستراتيجية موحدة وتماسك إعلامي وسياسي.

دعائم الدعاية الصهيونية:

يمكن القول إن استراتيجية الدعاية الصهيونية، تقوم على دعامتين: فئوية الدعاية من ناحية، والإلحاح على قضايا أساسية معينة، بقصد ترسيخها في الذهن الأميركي العام من ناحية أخرى.

فهي دعاية فئوية متعددة الأبعاد، بمعنى أنها تخاطب كل فئة بطريقة معينة، وتثير معها القضايا المشتركة فيما بينها، بحيث تكسب تأييدها فتخاطب اليهود الأرثوذكس المتدينين بلغة، وتدعو الليبراليين بلغة ثانية، وتحاول أن تجذب الماركسيين واليساريين بلغة ثالثة، وتخاطب الأفارقة والآسيويين بلغة رابعة فهي توجه لغة للتخاطب وللحوار مع كل الفئات، وتستخدم مع كل منها كل الحجج والآراء التي تؤثر فيها، وتتبع كل الأساليب، لنقل وجهة نظرها فمع المتدينين تصبح التوراة هي المرجع الأساسي التاريخي للصهيونية ولإسرائيل، ومع الليبراليين تؤكد على أن إسرائيل هي واحة الديمقراطية في الشرق الأوسط، وتشير إلى استقرار الحكم النيابي والانتخابي في البلاد ومع اليساريين، تبرز الطابع اليساري لإسرائيل، باعتبار أن الكيبوتس هو تجربة اشتراكية رائدة في مجالات الزراعة والحياة الجماعية.

والدعامة الثانية لاستراتيجية هذه الدعاية، هي الإلحاح المستمر والمتواصل على قضايا معينة، من شأنها تحديد الإطار الفكري لمناخ الرأي العام الذي يعيش فيه المواطن المستهدف من ذلك الخلط المتعمد بين انتقاد السياسة الإسرائيلية، ومعاداة السامية.

استراتيجية الإعلام اليهودي :

استطاع اليهود في العالم الغربي بالفعل السيطرة على وسائل الإعلام بشكل كبير، فالصحافة البريطانية والفرنسية والأمريكية وهي الأكثر شهرة في العالم تقع جميعها تحت النفوذ الإعلامي اليهودي وكذلك محطات الإذاعة والتليفزيون باتت رهينة السيطرة اليهودية وهذا ما حقق لليهود وسائل تنفيذ خطط إعلامية ضخمة، من خلالها يبثون الدعاية بشتى أصنافها وبكل اتجاهاتها إن كانت دعاية للمشروع الصهيوني، أو دعاية مضادة ومعادية لكافة الحركات المعادية للكيان الصهيوني والنفوذ اليهودي في العالم. ويبدو أن التطور الهائل في التقنية الإعلامية وُظف بشكل دقيق لقلب الحقائق وترسيخ المقولات التي لا تعد ولا تحصى والتي تهدف جميعها إلى تشويه كل الحقائق بدءاً من القضايا الفكرية العقيدية وانتهاءاً بترسيخ كافة الجوانب النفسية السلبية لدى شعوب العالم خاصة في المنطقة العربية لكونها هي المعنية أولاً وأخيراً بالصراع مع اليهود والقوى المعادية للإسلام والطموحات الإسلامية الكبيرة وإذا حاولنا دراسة هذا الإعلام من حيث أساليبه ووسائله نجد أنه يشكل نموذجاً فريداً من نوعه في العالم بسبب استخدامه لكل الوسائل غير المشروعة وغير الأخلاقية في توجهه نحو العالم خاصة العربي والإسلامي منه.

فهو وإن لم يخرج عن طبيعة الإعلام الأمريكي والغربي بشكل عام إلا أن له جذوراً تمتد حتى أعماق التوراة والجذور الإعلامية تلك الجذور التي تقوم على أساس الغاية تبرر الوسيلة.

ومنذ أن ظهر المشروع الصهيوني أولى الزعماء الصهاينة الإعلام عناية فائقة تساوي العناية التي أولوها للجيش والأسلحة الفتاكة وجاءت السيطرة على المال كعصب للمشروع، لكن قوة السيطرة المالية وظفت للاستفادة من كافة التوجهات الغربية على المستوى الإعلامي والاقتصادي والسياسي والثقافي واستغلال التوجه الإعلامي كان وما يزال يعني السيطرة على وسائل الإعلام الغربية سيطرة تامة والمتفحص في خلفية الصحافة الغربية الكبرى يجد أن المال اليهودي يسيرها حسب مشيئته وتوجهه العالمي وظهر أن أغنى رجال المال اليهود يمتلكون امتيازات أكبر الصحف الأمريكية والبريطانية والفرنسية ولشدة نفوذ اليهود في هذه الصحافة تمنع كثير من الدراسات الهامة من النشر مع العلم أنها لكبار المفكرين والفلاسفة الغربيين خاصة الدراسات التي تتناول اليهود فالحديث سلباً عن الشخصية اليهودية وتاريخها من المحرمات في وسائل الإعلام الغربية وعلى سبيل المثال لا الحصر لم يسمح للمفكر الفرنسي روجيه جارودي أن ينشر مقالة في صحيفة ليموند يتناول فيها خدعة المحرقة اليهودية وفضيحتها ولم تجرؤ أي صحيفة فرنسية على نشر المقالة فاضطر أن ينشرها في باب الإعلانات وكلفه ذلك سبعين ألف فرنك فرنسي وعلى الرغم من ذلك قامت قيامة اللوبي اليهودي في فرنسا مما أدى بالتالي إلى شن حملة يهودية عالمية على جارودي ويعرف المتخصصون في مجال الإعلام أن كبريات الصحف الأمريكية يمتلكها رجال مال يهود وكذلك الصحف البريطانية ومنها صحيفة الجارديان والفايننشال تايمز ونيويورك تايمز ونيوز ويك وغيرها

وفي العالم الغربي يمتلك اليهود أقوى المحطات الفضائية والأرضية ويوجهونها توجيهاً صهيونياً صرفاً ففي الولايات المتحدة وحدها يوجه اليهود أكثر المحطات التلفزيونية وحسب بعض المصادر فإنهم يسيطرون على أربعين محطة تلفزيون محلية وفي كل حي يهودي من أحياء البلدان الغربية يفسح المجال بشكل واسع جداً لإقامة محطات إذاعة وتلفزيون موجهة خاصة باليهود.

وأخيراً سيطر رجال الأعمال اليهود على شبكات الإنترنت التي تكرس معظمها لأغراض مشبوهة وغير أخلاقية وإذا كانت هذه الوسائل الإعلامية معروفة لدى معظم الناس فإن الأساليب المتبعة لنشر المعلومة والخبر تحتاج لوقفة تقييم عميقة.

١ ـ قبل بداية قيام الكيان الصهيوني على أرض فلسطين ركز الإعلام الصهيوني على مقولات كثيرة كان أهمها أن فلسطين أرض بلا شعب واليهود شعب بلا أرض حتى أن جولدا مائير رئيسة وزراء العدو الصهيوني في منتصف السبعينات كانت تردد دوماً أين هو الشعب الفلسطيني إنه لا وجود لشعب فلسطيني على الإطلاق واستطاع الإعلام الذي تبنته المنظمة الصهيونية أن يكرس في عقول الغربيين مقولات هرتزل والزعماء الصهاينة الذين قادوا المنظمة الصهيونية منذ مؤتمر بال في سويسرا وحتى الآن فالعرب أقوام من البرابرة يجب إلقاء القنابل بينهم لإبادتهم وقد لفق الإعلام الصهيوني آلاف المقولات عن الشخصية العربية وجميع هذه المقولات تصف الشخصية العربية بسوء الأخلاق والقذارة وانحطاط القيم والمثل.

٢ ـ وما إن حل الصهاينة في فلسطين وأقيم كيانهم حتى تطور الإعلام الصهيوني بوسائله وأساليبه ففي الصحف الخاصة بالأطفال وكذلك القصص والكتب الموجهة للأجيال الناشئة ركز الكتاب الصهاينة ومن خلال حس عنصري على زرع الحقد على العرب وتصوير الفلسطينيين بأبشع الصور ففي مخيلة الطفل تتكون تلك الصور المشوهة ومن ثم يصبح لديه حافز لمعرفة الرد الأمثل والتعامل مع تلك الشخصية ويرى الدكتور أدير كوهين، المشرف على مركز أدب الأطفال في حيفا أن قصص الأطفال تحوي توجيهاً إعلامياً عنصرياً ضد العرب أما الأساليب والوسائل المستخدمة في وسائل الإعلام كالإذاعة والشاشة الصغيرة فهي لا تعد ولا تحصى وتستخدم أوسع الوسائل وأكثرها تأثيراً ومن خلال تجربة الإعلام الصهيوني يتبين أن الكيان الصهيوني يستخدم علماء في علم النفس ومتخصصين فى الإشاعة والإشاعة المضادة وبث الأخبار ذات التأثير النفسي السلبي ويظهر ذلك جلياً أثناء الحروب والهزات الكبيرة التي انتابت التجمع الصهيوني حيث يستنفر الكيان الصهيوني كافة الرجال المختصين بالإعلام لمعالجة الوضع الطارئ ومن الطبيعي أن جهاز الإعلام الصهيوني لأنه جهازاً خطيراً وحساساً فلا شك أن أجهزة المخابرات الخارجية الموساد والشين بيت وبعض الأجهزة الأخرى تعمل بكل قواها في خدمته.

وأيضاً الإعلام الصهيوني يتجه اتجاهين اتجاهاً نحو الخارج أي باتجاه العرب واتجاهاً داخلياً نحو التجمع الصهيوني فلكل اتجاه خطابه المختلف وأدواته المختلفة فالإشاعة المغرضة الموجهة للعرب لا تستخدم إلا للعرب بينما الخطاب الموجه لليهود يختلف من حيث الغاية واللغة وأسلوب التوجيه الإعلامي ويمكن لنا أن نشير هنا إلى أساليب الإعلام الصهيوني الموجهة للعرب على الرغم من كثرتها:

ـ استخدام أسلوب تزييف الحقائق وهو أسلوب واسع الاتجاه إن كان ذلك في أيام السلم أو كان في أيام الحرب وعليه فإن الإعلام الصهيوني يكبر الحادثة الصغيرة حتى يجعلها أكبر قضية في وقتها فعلى سبيل المثال لا الحصر قضية إلقاء القبض على جاسوس يهودي في إحدى الدول فهذه القضية تحولت في الأعلام الصهيوني إلى قضية ترتبط بمعاداة اليهود واللاسامية والعنصرية ويستنفر الإعلام الصهيوني كافة إمكاناته ووسائله للحديث عن هذه القضية حتى أنه يضغط على وسائل الإعلام الغربية لتجعل من المسألة مشكلة كبرى تمس الأمن العالمي لأنها تتعلق باضطهاد اليهود حسب ما يروجه ذلك الإعلام. بينما لو أخذنا نموذجاً آخر وليكن مثلاً مجزرة قانا باعتبارها قريبة بأحداثها من الوقت الراهن فإن الإعلام الصهيوني يصورها خطأ وقع فيه طيار أو أن سبب المجزرة وجود بعض أفراد المقاومة بين الناس وتبدي الأوساط الغربية مجرد أسفها لما حدث وبقليل من التعويضات يُسكتون الأصوات ويستطيعون إخضاع الأمم المتحدة والمنظمات الدولية لابتزازها

ومن ثم إجبارها على تناسي المجزرة التي راح ضحيتها أكثر من مئة شخص بينهم أطفال ونساء وشيوخ وعجائز وقس على ذلك كافة الأمور التي تصبح فيها الحقيقة باطلاً والباطل حقيقة.

ـ الإشاعة والإشاعة المضادة ففي الإعلام الصهيوني شعبة خاصة لتوجيه الإشاعات بحيث تثير لدى العرب بلبلة وتخبط ويأس ويتم تسريب الإشاعة أحياناً في نشرة أخبار واحدة ولا تكرر بحيث يصبح لدى السامع فضول لمعرفة صحتها والبحث عنها وذلك يشغله عن القضايا الأساسية في الصراع ومثال على ذلك ما تذيعه الإذاعة الإسرائيلية عن أن قوات الأمن توصلت إلى الخلية العسكرية التابعة لحركة جهادية ما واعتراف أعضائها بالتنظيم والعمل إلى آخر ما هنالك بينما تكون الإشاعة مجرد خبر يُراد من ورائه التخبط في الجانب الآخر والحيرة والإحجام والشك والخوف والشلل.

ـ إظهار الحياد في طريقة بث الخبر وهذا من أخطر ما يستخدمه الإعلام الصهيوني بحيث يظن السامع أن الخبر موضوعي ليس فيه من الزيف والتحيز شيء ومثال على ذلك ما تبثه الأخبار عن قيام قوات الأمن الصهيوني باعتقال عدد من المستوطنين الذين يريدون الاستيلاء على أرضٍ عربية وفي الواقع تكون قوات الأمن نفسها تحمي مجموعة من المستوطنين الذين يضعون البيوت المسبقة الصنع في أراضٍ عربية ويدّعون أن هذه الأرض استولت عليها الدولة لأغراض أمنية.

ـ نقل الخبر السريع قبل أن تبثه وكالات الأنباء وذلك لإظهار الإعلام الصهيوني على أنه سباق في نشر الأخبار الهامة والواقع أن الإعلام الصهيوني يلجأ لبث مثل هذه الأخبار استناداً على تقارير تقدم من أجهزة المخابرات والأمن ويقصد من ورائها التضليل أو الإحباط أو التشويش.

ـ استخدام منوعات غنائية تحمل من المعاني ما يسيء إلى الشخصية العربية أو يجعلها محط شك واستهتار والواقع أن للكيان الصهيوني أسلوباً إعلامياً معروفاً في انتقاء الأغنية الموجهة نفسياً وفكرياً بحيث تثير لدى السامع ربطاً بين الأخبار التي سمعها وبين الأغنية، ويعتمد هذا الأسلوب على تضخيم الوهم لدى السامع العربي بحيث يصبح رهين الخوف فيُشل عن التفكير والحركة أو يشك في ذاته وشخصيته ودينه وقومه وأخلاقه.

ولعل طبيعة الشخصية اليهودية المبنية على الخداع والكذب لا تستطيع أن تحيا بمعزل عن كره الآخرين وهذا الكره يولد نزعة تستند على مبادئ لا أخلاقية أهمها التركيز على زرع بذور التفرقة بين العرب والمسلمين عن طريق وسائل الإعلام المختلفة وهذا ما لمسناه عن كثب من خلال مسيرة قرابة سبعين عاماً مضت على احتلال اليهود لأرض فلسطين.

وعود على بدء فلا يمكن أن نفصل دراسة هذه الشخصية عن ماضيها ولا يمكن أن نغفل أو نتغافل عن القرآن الكريم الذي فضح هذه الشخصية وأساليبها في الكذب والتلفيق والخداع وتحريف الحقائق بل وحرفها عن مسارها الصحيح.

سمات الاعلام الصهيونى :

يتسم الإعلام الصهيوني بسمتين أساسيتين:

الأولى: أنه دعاية منظمة ومخططة ذات أهداف استراتيجية واضحة، فهي تسبق الأحداث وتواكبها ولا تأتي في أعقابها.

والثانية: أنه دعاية تركز على تكرار مجموعة من القضايا والدعاوى الباطلة التي يتم الالحاح عليها لترسيخها في الأذهان وتثبيتها في ذاكرة الإنسان حتى تصبح وكأنها حقائق يجب التسليم بها.

وفي هذا الإطار نجد أن الدعاية الصهيونية تركز على استخدام مصطلح النزاع العربي الصهيوني بدلاً من مصطلح القضية الفلسطينية لإيهام العالم أن ثمة طرفين متنازعين هما العرب والصهاينة لكل منهما حق في فلسطين وأن نزاعهما يدور حول هذا الحق كما يصر الإعلام الصهيوني على استخدام مقولة أرض إسرائيل بدلاً من إسم فلسطين ليوحي للعالم أن فلسطين ليست أرضاً فلسطينية بل هي أرض إسرائيلية وأنها ملك لليهود وليس للفلسطينيين حق فيها. ويستخدم الإعلام الصهيوني منذ أواخر القرن التاسع عشر مصطلح الشرق الأوسط بدلاً من عبارة الوطن العربي التي تؤكد عروبة هذه الأرض من المحيط إلى الخليج وما إسرائيل إلا جسم غريب عن الوطن العربي كما لم ينس العالم ما روجته الدعاية الصهيونية لمقولة: إن العرب يريدون إلقاء اليهود في البحر وكان ذلك تمهيداً للعدوان الصهيوني على العرب في ٥ يونيو ١٩٦٧ ولكسب عطف الرأي العام العالمي وتأييده.

ويلاحظ أنه قد برزت على السطح في الأشهر الأخيرة في إسرائيل، وفي الساحة الإعلامية فيها على وجه التحديد، ظاهرة تشير إلى اتجاه كبار أصحاب رؤوس المال لوضع يدهم على وسائل الإعلام الرئيسية في إسرائيل،وبشكل خاص الصحف الكبرى ومحطات التليفزيون واسعة الانتشار، مما أثار القلق لدى أوساط إعلامية إسرائيلية ترى أن السيطرة المطلقة لرأس المال الكبير على الإعلام الإسرائيلي لا تعني وضع هذا الإعلام في خدمة مصالح كبار الرأسماليين على حساب الشرائح الأخرى،بقدر ما يعنيه ذلك من اتساع التصدع الاجتماعي الذي كشفت عنه موجة الإحتجاج الأخيرة في إسرائيل فحسب، بل إن هذه السيطرة تعري مقولات حرية الإعلام والتعبير التي دأب الإعلام الصهيوني على تكرارها، والتي تاجرت بها الصهيونية كإحدى الركائز التي اعتمدتها الدعاية الصهيونية، وهي تروّج للمشروع الصهيوني، كامتداد للحضارة الغربية، وكحامل لقيم الديمقراطية والحرية، لتبين أن الإعلام الحر لم يكن إلا أكذوبة أخرى استخدمت لخدمة مصالح النخبة الأشكنازية التي تدير المشروع الصهيوني، متحالفة مع النخب الممسكة بالقرار السياسي والاقتصادي في عواصم الغرب الكبرى الراعية للمشروع الصهيوني.

ففي تقرير صادر عن مركز حماية الديمقراطية في إسرائيل حول الانتهاكات والتعديات على حرية الصحافة والصحفيين في إسرائيل خلال السنة الأخيرة، أورد العديد من الأمثلة التي تبين أن حرية الإعلام شعار وواجهة وقناع تجميل،أكثر بكثير من كونها واقعاً ملموساً

وتكشف هذه الأمثلة عن تدخل من يمتلكون القرار السياسي والاقتصادي والعسكري في عمل مؤسسات الإعلام بأشكال مختلفة، تظهر على سبيل المثال في العلاقة المشبوهة التي تربط أصحاب رؤوس الأموال من مالكي هذه المؤسسات مع الشخصيات السياسية وزعماء الأحزاب بخلاف تدخل المتحدث العسكري الذي لا سبيل لمواجهته في عمل أقسام الأخبار في وسائل الإعلام المختلفة، وبشكل يعيق عمل الصحفيين في تناولهم للموضوعات المتعلقة بالجيش بشكل ملائم، على حد تعبير التقرير. ولا ينسى التقرير الإشارة إلى ما يتعرض له الصحفيون الأجانب والفلسطينيون من قيود واعتداءات وإهانات، ففي التقرير وأمثلته التي لم يتسع المجال إلا للإشارة لبعضها، ما يؤكد أن حرية الصحافة في إسرائيل ما تزال، رغم كل مقولات حرية التعبير المدعاة، وكما يقول التقرير، غير مكرسة في تشريع رئيسي، ولا حتى في تشريع أو قانون ثانوي، وهي تعتمد أساساً على قرارات المحكمة الإسرائيلية العليا، مما يجعلها عرضة للتهديد والانتهاك بصورة دائمة، لاسيما أن هذه المحكمة باتت هدفاً معلناً لليمين المتطرف، وربما لا تستطيع أن تحمي نفسها. إنها شهادة أخرى يضيفها تقرير مركز كيشف، تثبت أن حرية الإعلام والتعبير التي طالما تاجر بها الخطاب الصهيوني، زاعماً تفوق الإعلام الصهيوني حتى على الإعلام الغربي الذي استلهم نموذجه بداية، ليست إلا وهماً آخر استخدم للتضليل، فالإعلام الصهيوني ما هو إلا وسيلة لخدمة نخبة الاشكناز التي تدير المشروع الصهيوني، لا يغيّر من ذلك أقنعة الحرية التي تسقطها شهادات الإسرائيليين، قبل غيرهم.

وعليه فإننا نستطيع أن نطلق على الإعلام الصهيوني أنه إعلام رسمي موجه، يعتمد الموقف الرسمي في كل تحركاته وسكناته، وكأنه موقف لا جدال حوله، والرأي الآخر يأتي على شكل موقف مشكوك فى صدقه ولهذا الأمر عدة أمثلة، فلم يشكك الإعلام الإسرائيلي أبدا في رواية واحدة من تلك التي يرويها الجيش الإسرائيلي، في وقت تعتبر فيه الرواية الفلسطينية هي رواية مشكوك فيها، فالجيش مثلاً يقول أما المصادر الفلسطينية فإنها تزعم، والجيش يطلق النار رداً على اعتداء، والفلسطينيون معتدون، بحيث تتحول الحقيقة فيه إلى كذب، والواقع إلى خيال، وبمعنى آخر تكون الضحية هي الجزار والإرهابي، والمحتل هو الضحية البريئة المغلوبة على أمرها، وبالتالي تتغير صور الحوار وواقع الحال وكل ما يكون من آثار ومشاهد إلى مصطلحات محورة ومزيفة، ومنطق عذب يخفي وراءه عنقاء الانتقام وغول الحقد والكراهية وأسوأ مظاهر الكذب وخداع الإعلام السياسي على الأذقان واللحى.

وفي هذا الإطار يصور الإعلام الإسرائيلى قانون جيسو الفرنسي الصادر عام ١٩٩٠ والذي يسمح بمقاضاة المتهمين بمعاداة اليهود أو ما يعرف باسم معاداة السامية في خنق حرية الرأي لكل من يتجرأ على انتقاد السلوك الإسرائيلي، فقد مثل أمام القضاء الفرنسي عدد من المفكرين والكتاب والأدباء العرب والغربيين بتهمة التحريض على معاداة اليهود منهم المفكر الفرنسي روجيه جارودي .

يقول الباحث الفرنسي دونيس سيفير في كتابه الحرب الإعلامية الإسرائيلية الجديدة ، في الحرب يجب أن يكون ثمة إعلام كامل يؤدي ذات الدور الذي تؤديه البندقية والطائرة النفاثة والقنابل التي تسقط آلياً على الضحايا، لأن الحرب سوف تكون مخططاً مدروساً يجب التحكم من خلاله والذي يرتبط فيما بعد بالعامل النفسي للصهاينة ومن ثم المجتمع الدولي الذي لا يجب أن يرى الحرب كما هي حقيقة بل كما يبثها له الإعلام الصهيوني فقط أي حرباً نظيفة لا يموت فيها سوى الإرهابيين.

ويوضح سيفير الدور الخبيث لهذا الإعلام وكيف أنه يعتمد على مبدأ أكذب حتى يصدقوك والذي بكل أسف كما يقول الكاتب انحازت إليه دوائر إعلامية غربية كثيرة صدقت الخبث الصهيوني القائل انه يدافع عن نفسه ضد الإرهاب والذي أيدته في حربه هذه كل الوسائل الإعلامية وغير الإعلامية الأمريكية التي بدورها تخوض نفس اللعبة القذرة في كل من العراق وأفغانستان وأصبح الإعلام الجديد يدافع عن المجرمين على حساب الضحايا متناسياً أن صورة الضحايا أخطر وأكبر.

وفي حقيقة الأمر ليست بروبوجاندا الإعلام الصهيونة بما تحتويه في مضمونها من خداع وأكاذيب وتشويه لمعنى ومضمون حقيقة الإعلام، نتاج الوجود الصهيوني الإسرائيلي الحالي في عالمنا العربي، أو نتاج الصراع العربي الإسرائيلي على وجه التحديد، وإنما هو نتاج وامتداد تاريخي لأيديولوجيا بشرية غريزية مبنية على الكراهية والحقد والكذب وفن خداع الآخرين منذ القدم.

وقد ورد في كثير من كتب التاريخ السماوي اليهودية كإصحاح أشعيا وعاموس وأرميا وغيرها من الكتب اليهودية،مما يدل على هذه الحقيقة التي طالما تنصل منها اليهود الصهاينة فهذا أرميا يتحدث عن غضب الله ورفضه جيلاً بكامله من اليهود، لأن الحق قد باد وتمزق بسببهم فيقول: فتكلمهم بكل هذه الكلمات ولا يسمعون لك، وتدعوهم ولا يجيبونك، فتقول لهم هذه الأمة التي لم تسمع لصوت الرب ولم تقبل تأديباً، باد الحق وقطع عن أفواههم، جزي شعرك واطرحيه وارفعي على الهضاب مرثاة، لأن الرب قد رفض ورذل جيل رجزه. (١)

وبالتالي فإن بروبوجاندا الإعلام السياسي الصهيوني الحالية جزء لا يمكن فصله عن تاريخ اليهود الصهيوني القديم والحديث، كما أنها من أسس بناء المشروع القومي الصهيوني العالمي القائم على بناء وتأسيس إسرائيل الكبرى أو إسرائيل التاريخية، الذي يتم توجيهه وإدارته من الولايات المتحدة الأمريكية، وعلى وجه التحديد من قبل

اللوبي الصهيوني الذي استطاع أن يسيطر على العديد من المراكز الحساسة في تلك الإمبراطورية، وينشأ فيها المركز الرئيسي للدعاية الإعلامية السياسية الصهيونية، من خلال ذلك الكم الهائل من الصحف والدوريات والقنوات الفضائية ومراكز البحث والدعاية وغيرها الكثير من وسائل الإعلام الحديثة.

وبالعودة للتاريخ نستطيع أن نلمس أن الإعلام العربي لم يكلف نفسه عناء التصدي للدعاية الصهيونية في الغرب في الوقت الذي استطاع فيه الإعلام الغربي إقناع الرأي العام هناك بأن ما يفعله العرب أمر فيه تعصب وعنف وعدوانية، وفوق هذا مناهض للسامية. وأن إسرائيل هي الحليف الغربي الوحيد في الشرق الأوسط، لذلك غنمت مئات المليارات من جيب دافع الضرائب الغربي، وبالذات الأمريكي، الذي أعماه إعلامه عن السؤال البديهي: لماذا أدفع من جيبي قوت دولة أخرى بيني وبينها آلاف الكيلو مترات؟ وأصبح الفلسطينيون يضطهدون من جانب إسرائيل دون أن يرفع صوت واحد في الغرب لنصرتهم، فصورة الفلسطيني الذي استطاع الإعلام الغربي أن يرسمها في ذهن الرجل الغربي هي عدواني وغريب ومتصلب وإرهابي ومتسبب في تعطيل عملية السلام.

إننا إذاً أمام قضية لا يمكن أن ندير رؤوسنا عنها، الإعلام الغربي الذي تتحكم في مفاصله الصهيونية، حقيقة مؤلمة في حياتنا السياسية والثقافية ولن تنفع محاولات التقليل من شأنه وقدرته على الإساءة إلينا هائلة،كاسحة في التأثير تغطي القارات الخمس بلا منازع لتزرع في أذهان الشعوب ما تشاء من الصور، وتدفع بهم إلى ما تشاء من المواقف، لا تبالي فيما تتناوله من أحداث العالم بالعرض والتحليل إلا ما تراه خطأ أم صواباً معبراً عن قناعاتها.

الصهيونية والإعلام :

لايخفى على أحدٍ نفوذ الصهاينة في المؤسسات الخيرية والإعلامية العالمية وتدخلهم المباشر في السياسات الثقافية والعسكرية والاقتصادية لمعظم الدول خصوصاً أمريكا يقول الدكتور عمارة نجيب أحد أساتذة الإعلام في الجامعات العربية إن الإعلام له تاريخه كفن على مر العصور إلا أن اتخاذه كعلم وفن له أصوله وقواعده المخالفة للروح الإسلامية لا يخرج عن الفكر الصليبي والصهيوني وأعداء الإسلام: فالمفاهيم الأصلية لهذا العلم قد حُرِّفت وجعل هذا التحريف المعادي قانوناً يعطوننا إياه اليوم تحت اسم علم الإعلام والصحافة. لذلك على علماء الإسلام اليوم التدقيق والبحث في هذا العلم لمعرفة كل خفاياه وأساليبه خصوصاً وأن اليهود قد حققوا مكاسب وانتصارات باهرة بواسطة هذا العلم وعملوا من خلف الستار على تحريف الأفكار وإفساد العقول في كل العالم واستفادوا لذلك من سلاح الإعلام أكثر من أي سلاح مادي ومعنوي آخر والآن هم بصدد تثبيت قواعد هذا العلم المنحرف كما ثبتوا قواعد علم النفس والاجتماع.

كتب أدولف هتلر في كتاب كفاحي يقول:إن اليهود الصهاينة هم الذين حركوا العمال واستغلوهم، فتحت شعارات مزيفة أوحوا للعمال بالتحرك والاعتراض ضد أربابهم وقاد اليهود هذه الحركة نحو الأهداف الصهيونية بدون أن يشعر العمال أنهم يقومون بعمل قد رُسم لهم واستعمل اليهود في ذلك الإعلام وشعارات براقة كالعدل والإصلاح واستخدموا الماركسية لخدمتهم وقتلوا لذلك ٣٠ مليون إنسان، كلهم ذهبوا فداءً للأهداف الصهيونية.

واستغلوا الراديو والتلفزيون والجرائد والمجلات لصناعة رأي عام مؤيد لهم واستعملوا أساليب غير إنسانية كنشر الفساد الأخلاقي والانحراف الجنسي والمواد المخدرة والمشروبات الروحية واستقروا أخيراً في الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها أكبر قوة في العالم فيستطيعون بذلك التأثير على أكثر شعوب العالم وشعر الأميركيون بالخطر القادم من اليهود، فقال فرانكلين أحد واضعي الدستور الأمريكي محذراً:أن أعظم خطر يواجه الولايات المتحدة هو الخطر اليهودي ومع ذلك فإن اليهود وصلوا إلى قلب السياسة الأمريكية وأصبح لهم ثقلهم الانتخابي، فالمرشح لا ينجح إلا إذا نال رضا اللوبي الصهيوني.

وباختصار نقول أن سياسة الإعلام الغربي والأمريكي بشكل خاص في يد الصهاينة واليهود، فأكبر حصص من الأسهم في وكالات الأنباء الأربع الكبرى رويتر، فرانس برس، يونايتد برس، آسوشتيد برس، يملكها يهود وتعمل ضمن الإطار العام الصهيوني وكما هو معلوم فإن أكبر جريدة في العالم نيويورك تايمز ١٥٠٠٠٠٠ نسخة في اليوم يملكها رجل أعمال يهودي ومديرها صهيوني وتعطي خدماتها الإعلامية لحوالي ٥٠٦ مؤسسة صحفية في العالم وتدافع هذه الجريدة عن اليهود وإسرائيل بشكل علني ووقفت إلى جانب صدام في الحرب المفروضة وفي خلال سنةٍ واحدة نشرت أكثر من ٧٥ مقالة ضد إيران.

الإعلام في العالم الثالث:

استغلت الامبريالية الغربية عوامل الضعف في الدول النامية كالأمية والجهل السياسي والفكري وعدم استقرار الأوضاع السياسية، وشنت حملة إعلامية كبرى هدفها استعمار كل دول العالم الثالث واستثمارها سياسياً وعسكرياً واقتصادياً.

تقول إحصائيات اليونسكو أن نسبة الأمية بين الشباب الأفريقي تبلغ ٦٠%، وأن هناك ٤٢ مليون لا يعرفون القراءة والكتابة في آسيا، وتقول أيضاً أن لكل ألف شخص في أفريقيا يوجد عشرة جرائد، أما في آسيا فيوجد ٢٤ جريدة وفي أوروبا يوجد ٢٣٠ جريدة لكل ألف شخص.

إن هذه الشعوب تصبح أكثر عرضة للانحراف خصوصاً إذا كان الهجوم الثقافي والإعلامي المعادي قوياً وضخماً وهو كذلك فالأقمار الصناعية والراديو والتليفزيون دخلوا كل البيوت، والأفلام التي تعرض على الشاشات كلها سموم ثقافية هدفها حرف الشعوب عن مبادئها وقبول النظام الاستعماري الغربي، وتقول الإحصائيات أن وكالات الأنباء الكبرى تصدر يومياً أكثر من ٤٥ مليون كلمة إلى بلدان العالم، وهنا رئيس الخدمات الدولية لـ آسوشتيد برس يقول بافتخار:إن حوالي مليار إنسان في كل دول العالم يتلقون الأخبار والأحداث العالمية من وكالتنا.

ومعلوم أن وراء كل هذه المؤسسات الإعلامية والثقافية خبراء ومتخصصين وفي مختلف المجالات علم النفس، علم اجتماع، علم الاتصالات، العلاقات،متخصص اختراق ومن هدفهم إقناع الطرف الآخر بصواب رأيهم ومسلكهم وهدايته لسلوك نفس الطريق وبالتالي استثماره ومن أهدافهم الأخرى إقناع شعوبهم بصواب مسلكهم وبحق استعمار غيرهم تحت عناوين مختلفة وهنا لا بد من ذكر نقطة هامة هي أن حكومات دول العالم الثالث قد ساعدت كثيراً في هذا الهجوم المعادي، فكان إعلامها صورة مطابقة للإعلام الوارد وزادت عليه أيضاً أن استخدمت وعاظ السلاطين لتأييد هذا العمل من الناحية الدينية، ومن يراقب الأحداث منذ مدة يرى كيف تحالفت دول العالم الثالث مع الإعلام الغربي وصبوا كل حقدهم وادعاءاتهم ضد حركات التحرر خصوصاً الإسلامية منها وهدفهم من ذلك عدم إيقاظ الشعوب المستضعفة وإظهار الحركة الإسلامية بمظهر إرهابي ومنبوذ.

مرتكزات الدعاية الصهيونية:

ركزت الصهيونية العالمية وبشكل هائل منذ قيام إسرائيل على الدعاية لتكبير الدور الحضاري لليهود في المنطقة العربية على وجه الخصوص وفي العالم بوجه عام، وكيف أن أبناءها اليهود غيّروا مجرى الأحداث السياسية والعلمية في العالم مثل ماركس وفرويد وأينشتين، وتأكيد أن إسرائيل حقيقة تاريخية، وحجتها في ذلك أنها دولة قائمة ولها حق البقاء

في حين أنها كما يقول المؤرخ هـ . ج . ويلز في كتابه تاريخ العالم ليست سوى سطور متناثرة في كتاب حضارة الشرق الأوسط الضخم الذي سطره العرب فقد تمكنت الدعاية الصهيونية من ربط تصرفات العرب بما كان يفعله النازيون. وهذا التزاوج في الصورة يكفي وحده لإثارة النفور من العرب لدى الملايين من أهل الغرب الذين لم ينسوا ما أوقعه النازيون من خراب في الإنسان والإنسانية، وقد ساعدهم في ذلك عدم وجود دعاية عربية مضادة لأن الوضع العربي الراهن يفتقر إلى استراتيجية موحدة.

عنصرية تستند إلى التوراة:

تستند العديد من المقالات العنصرية ضد العرب المنشورة في وسائل الإعلام الإسرائيلية إلى آية توراتية تتحدث عن النبي إسماعيل، وردت في سفر التكوين ١٦، الآية ١٢، وجاء فيها: ويكونُ إنساناً وحشيّاً يُعادي الجميعَ والجميعُ يعادونَهُ، ويعيشُ مستوحشاً متحدّياً كلَّ إخوتِهِ.

وعلى الرّغم من أن تأويل هذه الآية غير متفق عليه، حيث تُرجح بعض التفسيرات أن الترجمة الدقيقة للآية هي يكون إنساناً قويّاً، أو ويكونُ رجلاً كحمارِ الوحشِ، يدُهُ مرفوعةٌ على كلِّ إنسانٍ، ويدُ كلِّ إنسانٍ مرفوعةٌ عليهِ، ويعيشُ في مواجهةِ جميعِ إخوتِه إلا أن توظيف الآية أعلاه في المقالات المنشورة في وسائل الإعلام الإسرائيلية يُؤكد اعتماد التأويل الأول ويكونُ إنساناً وحشيّاً.

وقد جاء في مقالة كتبها أ. يتسحاقي، نشرت في صحيفة يتدن أمان بتاريخ ٢٠١١/٤/١١: في السنوات الأخيرة، وجد المخرج جوليانو مير- خميس ضالته في مخيم جنين، سكن هناك، وهناك عمل من أجل تطوير الثقافة الفلسطينية، معتقداً أنه من الممكن تثقيف أحفاد من كُتِبَ عنه في التوراة إنسان وحشي وردود اليساريين اليهود التي كانت ضد قتل جوليانو مير- خميس تثبت أنهم لا يعرفون الحقيقة حول شخصية رعاياهم في معسكر إسماعيل ثقافة القتل الفلسطينية، أو ثقافة القتل الإسلامية عامة، ضاربة في الجذور لدرجة أن اليسار الإسرائيلي لا ينجح في رؤيته أمراً خطيراً.

والعنصرية والتحريض في وسائل الإعلام الإسرائيلية لا يقتصران على العرب فقط، بل يشملان المسلمين أيضاً في دول أخرى، ويعتمدان على شيطنة الدين الإسلامي، وتزوير الحقائق التاريخية وإخراج آيات قرآنية عن سياقها وعلى الرغم من تقارب المفاهيم اليهودية والإسلامية المتمثلة فى توحيد الله، ورغم العلاقات التاريخية الطيبة بين اليهود والأكثرية العربية والإسلامية التي عاشوا بينها، واحتضان الثقافة الإسلامية لليهود باعتبارهم أهل كتاب، ورغم تلازم مصائرهم بمصائر الإمبراطوريتين العربية والعثمانية الإسلاميتين، ودولة الأندلس، حيث لقوا النتائج المأساوية ذاتها التي لقيها المسلمون خلال الحروب الصليبية وسقوط الأندلس، بل وشاركوا أحياناً في صدها إلى جانب المسلمين إلا أن الانقلاب على التاريخ وخرق الانسجام العرقي والديني بين اليهود من جهة والمسلمين والعرب من جهة أخرى.

قد وقع مع استحداث الصراع الذي قادته الصهيونية على أرض فلسطين، وهو ما قضى وفرض على معظم الكتاب الإسرائيليين التركيز على عناصر الاختلاف والتناقض الديني والثقافي، في حين أكد الباحثون اليهود خلال القرن التاسع عشر على علاقة قربى ثقافية وحضارية مع المسلمين، كما أشار د. عفيف فراج في كتابه اليهودية بين حضانة الشرق الثقافية وحضانة الغرب السياسية كما ورد في صحيفة هموديع الدينية بتاريخ ٢٠١٢/٣/٢٢، بقلم م. شالوم:

- العالم يعرف كيف يتجاهل ويصمت، عندما يقوم اليهود في إسرائيل بالدفاع عن أنفسهم ضد المعادين للسامية المتوحشين من إنتاج الإسلام، الذين لا يشبعون من الإرهاب الوحشي، وفي الحالة السيئة يقومون بإدانة اليهود الذين يدافعون عن أنفسهم حين يقع قتلى يُسمون بالأبرياء.

وورد في تقرير آخر في الصحيفة ذاتها بتاريخ ٢٠١٢/٣/٢٣:

- إنها حرب عالمية يخوضها الإرهاب الإسلامي ضد الأطفال اليهود، على مدار تاريخنا المروي بالدم والألم، كانوا دائماً على رأس الأولوية بالنسبة للقتلة، العرب والمسلمون اليوم هم حَمَلَةُ صليب حَمْلَةِ الدم هذه، يجب أن يكون هذا عرضاً ساخراً إيديولوجيا تقدس قتل الأطفال لأنهم يهود، ترقص على دم الأطفال اليهود، تحثّ الأمهات على توزيع الحلوى كي يعبّرن عن فرحهن بموت أبنائهن وبناتهن خلال انفجار قتلوا فيه أنفسهم وقتلوا أطفالاً يهوداً

وتجعل الأمهات ذاتهن يتمنين فقدان باقي نسلهن تلك الإيديولوجيا تتحدث عن إسرائيل التي تقتل الأطفال الفلسطينيين، الأطفال الذين يستخدمهم المسؤولون الفلسطينيون كدروع بشرية قرب الأهداف الإرهابية يستخدمون أطفالهم لأنهم يعرفون أن الجيش الإسرائيلي سيتنازل عن مهاجمة تلك الأهداف كي لا يمس الأطفال، وإذا تم المس بهم لا يتم ذلك عمداً كما يدعى اليهود كذباً .

وتربط الصحيفة بين ما تصفه بالإرهاب العربي وبين القرآن الكريم، من خلال مقالة كتبها يتسحاك تنينباوم، نشرت بتاريخ ٢٠١٢/٣/٢٣ يقول فيها:

- الإسلاميون يحتلون جزء بعد جزء من هذه البلدان، إنهم لا يشكلون تهديداً على العالم الجديد، فقط إسرائيل واليهود هم المشكلة العالمية النزعة الإسلامية العامة تؤثر في اليهود في الدول المتحررة أيضاً، إنهم هدف للإرهاب العربي الذي توجهه إيديولوجيا المساجد الناتجة من القرآن اليهودي هو ضحية ديانة، كل من يزيله من العالم يحظى بالجنة الإسلامية.

ولا تتوانى بعض وسائل الإعلام الإسرائيلية عن توجيه إساءات عنصرية صارخة ضد الدين الإسلامي، حيث ورد في المقالة الافتتاحية لصحيفة يتد نأمان بتاريخ ٢٠١٢/٣/٢٦: كقاعدة، الثقافة الإسلامية تقمع بشكل شمولي حقوق المواطن حيثما وُجد، إنها ثقافة إرهاب، عنصرية، إذلال وقمع، من يحاول أن يرفع رأسه يقطعونه فوراً.

كما ورد في المقالة الافتتاحية للصحيفة بتاريخ ٢٠١٢/٣/٢٥: الإيديولوجيا الأشد خطراً من الأخريات هي الإيديولوجيا الإسلامية المتطرفة، التي هدفها الأساسي سيطرة الإسلام على الغرب صحيح أن التعميم ممنوع، وأن الكثير من المهاجرين المسلمين يجدون أماكنهم في الدول التي هاجروا إليها، لكن هؤلاء بقوا مع إيديولوجيا الإسلام التي تريد أن تحتل العالم كله تحت نعال دين محمد الهدامة، إنهم ليسوا أقلية بالتأكيد.

وإن كان يبدو أن حملات صبغ الصراع العربي ـ الإسرائيلي بصبغة دينية تدور فى معظمها على صفحات الصحف الإسرائيلية الدينية فقط، فإن ذلك يعود إلى أن الصحف الإسرائيلية العلمانية تتبع أسلوباً أشدّ دهاءاً في هذا الجانب، إذ تقوم بالامتناع عن توجيه عبارات عنصرية مباشرة للعرب والمسلمين، وتتبع أسلوب التحريض المبطن وغير المباشر.

يبرز ذلك على سبيل المثال من خلال التركيز على نشر أخبار تُظْهِرُ العرب والمسلمين بصورة سلبية تُكرس الأفكار النمطية المسبقة، إذ يتم حصر التغطية عموماً بحوادث القتل والعنف وتغييب القضايا الجوهرية، كما يبرز التحريض غير المباشر من خلال مسألة التشديد على السيطرة الإسلامية على المسجد الأقصى ومحيطه، وما تدعيه الصحف الإسرائيلية من حفريات يجريها الوقف الإسلامي للقضاء على الآثار اليهودية المزعومة،وكأنها معركة يقودها المسلمون ضد الوجود اليهودي في القدس، مركز الكون وفقًا للمعتقدات اليهودية

أو كما فعلت صحيفة يديعوت أحرونوت حين نشرت بتاريخ ٢٠١٠/١٠/٢ رسالة لأحد قرائها الذي انتقد بناء مسجد في نيويورك، مكان برجي التجارة العالميين، قال فيها:

- كان يجب أن يطلق على هذا المسجد اسم مسجد ضحايا الإرهاب الإسلامي، لكي نذكر العالم أن المخربين الانتحاريين هم فقط من المسلمين لم نسمع في أي مرة عن مخرب مسيحي أو يهودي، المسلمون المتطرفون هم فقط من يقومون بالعمليات الانتحارية ويقتلون الناس الأبرياء.

أو يكون ذلك من خلال نسب حوادث عنف فردية للمسلمين عموماً، وإظهار جرائم قتل غير المسلمين كأمر عقائدي في الدين الإسلامي، كما حدث في حادثة قتل شاب جزائري يدعى محمد مراح عدداً من اليهود في مدينة تولوز الفرنسية، حيث نشرت صحيفة معاريف بتاريخ ٢٠١٢/٣/٢٥ مقالة بعنوان: الإرهاب الإسلامي حي ويضرب، وجاء في المقالة التي كتبها بوعاز بيسموط:

الإرهابي محمد مراح، الذي قتل بوحشية كبيرة سبعة أشخاص، من ضمنهم معلم وثلاثة تلاميذ يهود صغار، جعل فرنسا تفهم أن هذا الورم السرطاني، الذي يُطلق عليه إرهاب إسلامي، حي ويضرب، يتنفس ويقتل

ولا تخلو وسائل الإعلام الصهيونية من التحريض العنصري المباشر أيضاً، ونشير هنا إلى صحيفة هآرتس المحسوبة على اليسار الإسرائيلي ، حيث جاء في مقالة كتبها يسرائيل هرئيل، نشرت بتاريخ ٢٠١٢/٣/١٧:

- كان على أولئك الذين يؤمنون بأن السلام ممكن مع الفلسطينيين وأنهم شركاء، أن يقولوا الحقيقية حول التحريض الذي يقوم به شركاؤهم لا يمكن إثبات وجود علاقة مباشرة بين القتل في إيتمار والتحريض اليومي، الأسباب هي أسباب جذرية خلال سنوات قتل في الجزائر ما يقارب ٣٠٠ ألف، وفي دارفور أيضاً، وفي لبنان، وسورية، والعراق، ومناطق أخرى في العالم الإسلامي، التحريض الفلسطيني هو تعبير عن هذا الطابع الوحشي، وليس السبب لوجوده.

وفي مقالة أخرى كتبها م. شالوم قال: الكذب والمكر هما أبرز صفات العرب، إنها صفات راسخة في دين محمد، واتفاقية قريش تثبت أن الخداع مسموح وإجباري من أجل هزيمة العدو وتحقيق الأهداف.

وجاء في مقالة كتبها هيلل فايس، نشرتها صحيفة ماكور ريشون الدينية بتاريخ ٢٠١٠/١٢/١٥: لقد تحول الإسلام إلى جزمة تدوس أوروبا القيادة الأوروبية تطلب من إسرائيل إخلاء القدس، هذه هي العنصرية أولئك الذين ابتكروا مصطلح عنصرية قاموا بتبنيه.

وورد في مقالة عنصرية نشرتها صحيفة همودیع الدينية بتاريخ ٢٠١٢/٦/٢٢، بقلم يعقوب شنفلد: الظمأ الحيواني للدم يجعل تصرفات المسلمين مجنونة، ويبدو أن الإسلام كله يحاول بسبب خيبة أمله الانتحار وجرف كل العالم نحو الضياع، يبدو أنه منذ الأزل لم يكن هنالك ما هو أكثر جنوناً من دين السيف، القتل والضياع اللذان تحزم بهما الإسلام اليوم.

أما موقع إن. إف. سي فلم يتوانَ عن نشر مقالة تصف الإسلام بدين الشيطان، حيث ورد في مقالة كتبها يهودا دروري، نشرت بتاريخ ٢٠١٢/١/٢٩: هناك من يعارضونني لأنني أعرض الإسلام كدين عنيف ودموي ربما يجدون هم أكاديمياً متسامحاً يعيش في الغرب ويدعي أن الإسلام هو دين الحب والسلام لكننا نعرف الإسلام أكثر منهم أنا أتفهم أنه من الصعب على يساري أن يُليّن مواقفه ويتقبل الحقيقة الفظيعة التي تقضي بأن لا وجود لمسلمين صالحين، وأن كل هدف العرب، هنا على الأقل، هو إبادتنا إنهم يقولون ذلك ليلاً نهاراً في وسائل إعلامهم، ولا يتوقفون لحظة عن التحريض ضدنا الإسلام دين الشيطان.

والارتهان لنظرية تَمَيُّزِ سلالة إسحق وتفوقها العرقي على سلالة إسماعيل العرب ، يترافق في كتابات الإعلاميين الصهاينة مع الارتهان لنظرية شعب الله المختار والتفوق الديني على الأغيار، فما زال العديد من الكتاب الإسرائيليين مقتنعين بأن اليهود هم الشعب المختار المتفوق دينياً وثقافياً على الشعوب الأخرى.

يقول رؤوفين باركو في مقالته المنشورة في صحيفة إسرائيل اليوم بتاريخ ٢٠١١/١٠/١٩، مؤكداً التفوق العرقي لليهود على العرب والتفوق الديني لشعب الله المختار: العديد من الفلسطينيين يعترفون بأنه في حين أن الإسلاميين مستعدون لقتل مواطنيهم وأسراهم، فإن اليهود مستعدون للتضحية بأمن مواطنيهم من أجل جندي إسرائيلي واحد موجود في الأسر

هذه المعادلة: تحرير مئات الأسرى الفلسطينيين مقابل أسير يهودي واحد تعزز الشعور المحزن بأن رجال حماس، سلالة هاجر، يشعرون بأنهم رخيصون ولا يساوون صفراً، وأنهم لا يعتبرون حياة الإنسان الفلسطيني ذات قيمة، مقابل التفوق الأخلاقي والقومي لليهود وإسرائيل وإضراب الأسرى في السجون الإسرائيلية نموذج حي للتقييم الذاتي المشوّه والمليء بالتناقضات لأبطال الإسلام الفلسطيني، الذين منعوا عن جلعاد شاليط حقوقه الأساسية كإنسان وكأسير وفقاً للقانون الدولي، ومن ناحية أخرى، هم يضربون عن الطعام ويطالبون بوقاحة غير مفهومة بالرفاهيات، بالتعليم، بالغذاء، بزيارات الأقارب ومشاهدة وسائل الإعلام هذا يؤكد أنه في مكان ما من الجزء الخلفي لدماغ الفلسطيني يوجد اعتراف ضمني بتفوق اليهود الأخلاقي إنهم صادقون، هناك فرق جوهري بين اليهود والمسلمين الفلسطينيين، الحديث لا يدور فقط حول إنجازات اليهود في العلم وجوائز نوبل التي حصل عليها الشعب المختار. كما لا يخلو الأمر من إساءات عنصرية بالغة كتلك التي وردت على لسان المذيع اليميني أفري جلعاد، الذي قال في برنامجه الكلمة الأخيرة، الذي بث بتاريخ ٢٠١٢/٦/١٢ على إذاعة جالي تساهل: في الحقيقة نريد أن نبحث عن مساحات كبيرة لنا، ولكن لا نريد أن ننسى أن الذين يدقون أبوابنا هم من أتباع الإسلام، والإسلام مرض متفشٍّ في العالم، ولا أريد أن أقول إنه سرطان العصر لأنه مصطلح منبوذ، والحقيقة أن الإسلام يسود العالم ونحن نرى ذلك في كل مكان، وهم يريدون السيطرة بأفكارهم ومعتقداتهم، وعلينا أن نكون حذرين في أمور حياتنا.

إعلام قلب الحقائق:

قالت جولدا مائير ذات مرة: لن أسامح الفلسطينيين لأنهم يجبرون جنودنا على قتلهم.

هذه صورة لتشويه الحقيقة وصناعة أخبار من وحي الأهداف العدوانية لتصبح كالأحداث الحقيقة، حين تتناقلها وسائل الإعلام دون تعليق أو نقد، فقد اعتمدت وسائل الإعلام منهجاً لصناعة الأكاذيب والإشاعات وترويجها بِحرفية عالية، ولعل أهمها:

١ – استخدام صيغة المبني للمجهول مثل: أُطلِقَ النار على، أو قُتِلَ لتخفيف أثر الحدث والتمويه على مسؤولية جيش الاحتلال كما تعمل وسائل الإعلام على اعتماد عدد من الروايات المختلفة، وربما المتناقضة لحادث واحد، وذلك لإرباك المستمع أو القارئ فالصواب في أي من الروايات ففي حادثة استشهاد الطفل الفلسطيني محمد الدرة بتاريخ ٢٠٠٠/٩/٣٠، وبالرغم أن الحادث موثق بالتصوير، إلا أن إسرائيل حاولت تبرير الحادث الإجرامي بأكثر من رواية مثل إن الطفل قتل برصاص الفلسطينيين ثم قيل:أنه سقط في تقاطع نيران بين مسلحين فلسطينيين وإسرائيليين، ثم قيل: إن الطفل كان مشاغباً مؤذياً جلب لنفسه الموت كما تساءل الإعلام الإسرائيلي عن سبب وجود الطفل في مكان الحادث .

إن عملية تأليب الرأي العام العالمي ضد العرب وتشويه صورتهم وتزييف حقيقة عدالة قضيتهم هي سياسة تتم صياغتها بعناية فائقة من قبل المسؤولين الإسرائيليين، ساسة وأكاديميين، فالبروفيسور بنيامين عزار يقول:

- إن الإيحاء للعالم باستمرار العداء من قبل العرب لإسرائيل يخدم جملة من التصورات والمفاهيم التي تقوم على أن الدول العربية تريد إبادة إسرائيل وإزالتها من الوجود، وهو شيء علينا أن نعمل على إقناع شعبنا والرأي العام به بكل الوسائل التي بين أيدينا، لأن ذلك يعد من مصالحنا العليا. ومثل هذا القول يهدف إلى إضفاء الشرعية على الممارسات الصهيونية، ودعم إسرائيل ومدّها بكل أسباب القوة بذريعة الدفاع عن النفس ضد الأخطار التي تتهددها، كما تدعي، حتى وصل بها الأمر إلى عسكرة وتجييش الداخل الصهيوني بالكامل، ونجد أن الإعلام الصهيوني كان ولا يزال يتخذ من تلقين اليهود بعقدتي الخوف من العرب وادعاء التفوق التكنولوجي عليهم وسيلة لتحقيق أهدافه، ويعمد إلى تحويل عقدة الخوف من العرب إلى أسطورة عملت وسائط الإعلام على غرسها في ذهن كل يهودي أينما كان من أجل تنمية الشعور بالحقد والكراهية ضد كل ما هو عربي، حيث يتم الترويج لمقولة تفوق القيم والتكنولوجيا على العرب من خلال التركيز على تشويه صورة العرب وضرورة التعامل معهم بلغة القوة التي كرست مقولة الجيش الذي لا يقهر.

والمتابع للإعلام الإسرائيلي لا بد أن يلاحظ المساحة الواسعة المتاحة أمام الكتاب والصحافيين والعاملين في محطات الإذاعة والتليفزيون وتنوع آرائهم وتحليلاتهم، إلا أنها جميعها تجرى تحت إطار عام محدد يصبّ في خدمة الهدف الصهيوني وتسويغ كل الممارسات الصهيونية، وهذا هو هدف الآلة الإعلامية الصهيونية الهائلة التي تعمل على قلب الحقائق وصياغتها من جديد لتقديم القاتل بصورة الضحية، وتحويل الفعل الوحشي إلى فعل مبرر لدى الرأي العام الذي يراد إعادة تشكيله من جديد بهدف إحداث التأثير المقصود، مستخدمة تقنيات متطورة تلقى الدعم والتأييد من الغرب الرسمي، لا سيما الولايات المتحدة، ألم يقل جورج بوش الابن ان شارون رجل سلام؟!

الاعلام وتاثيره في تشكيل الرأي العام:

وقبل أن ننهى هذا الباب لابد من التنويه لأثر الاعلام فى تشكيل الرأى العام وإلا ماكان هناك مبرر لاهتمام الكيان الصهيونى به لولا أثره ولايختلف اثنان على أن هناك علاقة بين الرأي العام والاعلام بشكل وثيق فكلما تقدم الاعلام في أسلوب صياغة الرسالة ومعرفة رجع الصدى كلما كان تأثيرة في الراي العام أكبر وأوسع وكلما زادت الثقافة والتنشئة والتنمية السياسية كان تفاعل الجمهور أكبر مع الاعلام السياسي ففرص تاثير وسائل الاعلام وتشكيل الرأي العام كبيرة جداً في الجماهير وهناك علاقة متبادلة بين الرأي العام والاعلام

فالاعلام هو تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والحقائق والاخبار بهدف معاونتهم على تكوين رأي سليم ازاء مشكلة من المشاكل أو مسألة عامة[١] وهناك من يرى أن وسائل الاتصال الجماهيري تؤدي أدواراً مهمة في بلورة الرأي العام حيث يعرضون مراحل تكوين الرأي العام وهى[٢]:مرحلة تعريف الصراع وتشخيصة -مرحلة التعريف العام بالصراع للناس - وصول القضية إلى دائرة صنع القرار

ولرسالة الاعلام تأثير كبير على الجمهور في تشكيل الرأي العام لديهم تجاه القضايا التي تخص الحكومة والحاكمين، وقد وضع الخبراء في الرأي العام خصائص تصميم برامج اعلامية تفيد في التأثير على الرأي العام اذ له تأثير في الرأي العام تجاه القضايا السياسية حيث ينقل رسائل صناع القرار إلى الرأي العام ممايؤدي إلى ظهور شريحتين مؤيدة وغير مؤيدة.

ولعدم الاستطراد يمكن تلخيص تأثير الاعلام على الرأي العام فى الآتي:

- بعث الاستقرار: الاعلام يعمل في الغالب على الحفاظ على الوضع القائم وابقائه على حالة ويرجع السبب في ذلك إلى أن الاعلاميين يتأثرون بالمواقف والأفكار والتوقعات السائدة في المجتمع لذلك يأتي نتاجهم متأثراً بالأفكار السائدة وعاكساً لها.

- تغيير الرأي: يستطيع الاعلام أن يغير آراء الجمهور باختيار نوع الآخبار التي يعرضها وطريقة عرضها والتعليق عليها أو تغيير الاتجاهات بشكل معاكس أو المحافظة عليها كما هي.

- تحديد الأولويات:ابراز موضوعات وتجاهل موضوعات أوتضخيم ومبالغة وتهويل أوتهوين.

- تحديد الخيارات المطروحة: تختار وسائل الاعلام ما تراه هي مناسباً للجمهور وتطرح من خلاله فكرها وفلسفتها وأجندتها ورؤيتها للأحداث.

- إبراز ناس واعلاء شأنهم وتحقيق شهرة لهم وكذلك اختيار وقائع وأحداث واعطائها أهمية في التغطية الاخبارية.[1]

الإعلام الصهيوني والإعلام المتصهين:

قادت إسرائيل سياستها الدعائية والتضليل مبدأ عاماً من مبادئ الإعلام الصهيوني وقدم الإعلام خدمات كبيرة للغاية للمشروع الصهيوني وهدفه في إقامة كيان إسرائيل، حيث شكل حجر الزاوية في الاستراتيجية الصهيونية منذ قيام الحركة الصهيونية على يد الصحافي اليهودي تيودور هرتزل الذي استطاع عقد المؤتمر الصهيوني الأول في ١٨٩٧ في مدينة بال بسويسرا، وكان من نتائج المؤتمر إصدار مجلة أسبوعية وصدر العدد الأول منها في الثالث من يونيو عام ١٨٩٧ وحملت أسم دي وولت.

ومنذ ذلك الوقت والإعلام يشكل حجر الزاوية في الاستراتيجية الصهيونية التي أخذت بعداً آخر بعد قيام الكيان الصهيوني عام ١٩٤٨، حينما اندمج الإعلام بشكل كامل ومطلق بالسياسة الخارجية الإسرائيلية.

فقد حرصت الصهيونية على إنشاء مؤسسات إعلامية باللغة العربية لتحقيق الأهداف الآتية:

-المساهمة في الحرب النفسية الموجهة ضد الشعب الفلسطيني والأمّة العربية، عبر بثّ إشاعات وأراجيف من أجل إشاعة أجواء من عدم الاستقرار في المنطقة العربية والنيل من معنويات العرب والمسلمين ولعل أهم آلية استخدمتها وسائل الإعلام باللغة العربية هي تيئيس المتلقّي العربي من إمكانية تحقيق أي طائل من المواجهة مع الكيان العبري، والإثبات أنه لا يمكن للعرب إلا أن يخسروا في حال أصروا على مواصلة التمسك بخيار القوة في المواجهة.

-ممارسة الضغوط على أنظمة الحكم العربي، سواء الموقّعة على اتفاقيات سلام أو التي هي في حالة حرب، وذلك عبر بثّ إشاعات وحقائق، حول الأنظمة العربية من أجل ممارسة الضغط في لحظة ترى أجهزة المخابرات الإسرائيلية أن ذلك يخدم المصلحة الإسرائيلية، وهناك صور كثيرة ومتعددة لممارسة هذه الضغوط، مثل الحديث عن الأوضاع الصحية للزعماء العرب، والعلاقات في الدوائر الضيقة التي تحيط بهم، وكشف كل ما يمكن أن يسبب إحراجاً لهم، فضلاً عن التطرق لما قد يوصف أنه فضائح.

وكان ابن جوريون أحد رؤساء الحكومات الإسرائيلية السابقين يرى أن وظيفة الإعلام الإسرائيلي، الدفاع عن المشروع الصهيوني وأسس عند إعلان قيام الكيان الإسرائيلي، ما يسمى بهيئة رؤساء تحرير الصحف التي ضمت جميع رؤساء الصحف المستقلة والحزبية، آنذاك، واعتبرت من أذرع الموساد الإسرائيلي، حيث قامت بمهام الرقابة المحكمة على الإعلام الإسرائيلي وتعمل أجهزة وأدوات الإعلام الإسرائيلي الداخلية والخارجية في تنسيق يكاد يكون كاملاً ومن أبرز وسائل الإعلام الإسرائيلي الصحافة، حيث تحتل الصحافة الإسرائيلية مركز الصدارة بين وسائل الإعلام والدعاية في إسرائيل فقد أدركت الصهيونية خطورة هذه الوسيلة ودورها في تكوين وتوجيه الرأي العام فعمدت إلى استغلالها والسيطرة عليها في أماكن كثيرة من العالم وتوجيهها الوجهة التي تخدم مصالحها.

واستطاعت الصهيونية عن طريق الصحافة التغلغل والتسلل إلى الحكومات الغربية إضافة إلى تغلغلها في المنظمات والتشكيلات السياسية والاجتماعية ومراكز النفوذ والقوى الضاغطة وتشير الإحصاءات إلى أن الصهيونية تمتلك ما يقرب من ١٠٣٥ صحيفة ومجلة على مستوى العالم منها ٢٥٤ في أمريكا وحدها و١٥٨ في أوروبا و٣٢ في أفريقيا، وتعتبر الصحافة اليهودية أوسع شبكة صحافية تصدرها مجموعة بشرية في العالم هذا إضافة إلى سيطرة اليهود على أكثر وكالات الأنباء العالمية، كما يتغلغل اليهود في جميع وكالات الأنباء الوطنية في أميركا والدول الأوروبية الغربية.

لقد اكتشفت الحركة الصهيونية أهمية الإعلام وتأثيره على الفلسطينيين أصحاب الأرض الأصليين عبر توظيف وسائل إعلام باللغة العربية وأفردت عصابات الهاجاناه، الذراع العسكرية للحركة الصهيونية قبل قيام الكيان الإسرائيلي وقتاً من البثّ باللغة العربية عبر إذاعتها التي كانت تبثّ منذ أوائل الأربعينات من القرن الماضي، حيث كانت تنقل رسائل لدبّ الذعر في نفوس الفلسطينيين من أجل إجبارهم على ترك ديارهم، وكانت توظف فنون الحرب النفسية في هذه الرسائل، في حين نجد أن المنظمات الإرهابية اليهودية التي كانت قائمة قبل الكيان مثل ليحي واتسل كانت لها إذاعاتها الخاصة، وتبثّ أيضاً لبعض الوقت باللغة العربية، وكان المذيعون يعددون الجرائم التي قام بها أعضاء المنظمتين ضد العرب من أجل دبّ الفزع في نفوس البقية الباقية من المواطنين الفلسطينيين وإجبارهم على الهرب والفرار، إلى جانب ذلك فقد اعتادت المؤسسات الصهيونية توزيع المنشورات باللغة العربية التي تدعو الفلسطينيين للرحيل فوراً. إلى جانب الإذاعة ومنذ أوائل الخمسينات من القرن الماضي، عكفت الحكومات الإسرائيلية ونقابة العمال العامة الهستدروت، على إصدار صحف باللغة العربية، فتم إصدار صحف اليوم والأنباء والخبر إلى جانب بعض المطبوعات الدورية وغير الدورية وكان يقوم على تحرير هذه الصحف والمطبوعات عدد من المثقفين اليهود الذين قدِموا من الدول العربية، إلى جانب عدد من الفلسطينيين الذين استطاعت مؤسسة الحكم في الدولة العبرية إغواءهم لكي يكونوا بوقاً للتغرير بأبناء وطنهم.

وبالإضافة إلى سيطرة اليهود على أكثر وكالات الأنباء العالمية، فهم يتغلغلون في وكالات الأنباء الوطنية في أمريكا ودول أوروبا الغربية كما تتدخل الدولة العبرية بشكل مباشر فى معظم أنشطة الإعلام، ويعتبر قانون المطبوعات لعام ١٩٥٣ مرجع لتنظيم العلاقة بين المؤسسة السياسية والصحافة المكتوبة يعطي الدولة حق منع إصدار وإغلاق الصحف، وقانون سلطة البث لعام ١٩٦٥، وقانون السلطة الثانية لعام ١٩٩٠، وقانون خدمة الاتصال السريعة، كل ذلك جعل هذا الكيان يراقب كل ما يكتب أو يقال، كما أوجدت ناطقاً لكل مؤسسة حكومية كنوع من الرقابة الإضافية، الأخيرة في كل ما ينشر عن ذلك، فكان هناك استسلام إرادي للإعلام تجاه المؤسسة السياسية.   ورغم ضخامة المجهود الإعلامي الإسرائيلي فإن إسرائيل من القلائل في العالم التي لا توجد فيها وزارة إعلام، ولكن عدم وجود وزارة إعلام إسرائيلية لا يعني أن الأمور تجري بشكل عشوائي فهناك بيت اجرون وهي دائرة إعلام حكومية، ورابطة الصحفيين وهى إحدى حلقات تنظيم العلاقة بين الصحف والسلطة، كما أن لكل وزارة ودائرة ناطقاً رسمياً له مواصفاته ومهامه، وله عدة مساعدين لصياغة ردود الفعل ودائماً كانت الجبهة الإعلامية في إسرائيل جبهة لا تقل عن أي جبهة أخرى كالجبهات العسكرية والسياسية والاقتصادية وتدار من أعلى المستويات الصهيونية فى المقابل وبشكل مؤلم ومحبط، نجد واقعاً إعلامياً وسياسياً عربياً تفوح منه روائح غير مسبوقة، لم نعتد عليها، سواء في السكوت المريب على اعتداءات إسرائيل، أو الشماتة في ما جرى على أرض غزة، وقبله على الجنوب اللبناني

وربما لأول مرة في عالمنا العربي، رأينا وسمعنا من ينتصر لإسرائيل ويجد مبرراً لها في ارتكاب هذه الجرائم ويبدو أنه في المعركة الإعلامية المرافقة دائماً للعدوان على غزة أو الجنوب اللبناني يتم تجنيد مئات من الإعلاميين الصهاينة والأجانب ومنهم العرب، وهذا ما عكسه التشابه في الخطاب الإعلامي الصهيوني وبعض وسائل الإعلام العربية في التغطية لما جرى في غزة أو الجنوب اللبناني وبعضها دعمت رؤية إسرائيل بشكل كبير، بل رأينا من يشمت فيما كان يحدث، والأخطر من كل هذا أن كلمة عدوان غابت عن معظم وسائل الإعلام ليتم استبدالها بكلمة العنف، في تسويق لمفهوم يوازي بين القاتل والمقتول. إضافة إلى كل ذلك نجد كماً هائلاً من النعيق والمهاترات التي صدحت من إعلاميين وسياسيين ومدونين من المفترض أنهم عرب ومسلمون نسوا أو تناسوا أن إسرائيل هي في النهاية عدونا التاريخي ونسوا جرائمها المفتوحة ضد الفلسطينيين والعرب وذهبت هذه الأصوات لتبرر العدوان وبالتالي تظهر كم الأحقاد التي باتت تصدح علناً دون حاجة لتفسير وما جرى ويجري من تصهين بعض الإعلام العربي يفرض علينا تساؤلات جمّة عن طبيعة وسائل الإعلام العربي هذا الإعلام الذي يعيش على جميع الموائد الدسمة. ولا يخلو خطاب التصهين من حديث عن الدمار الذي تحدثه الآلة العسكرية الإسرائيلية إلا أن اللوم يُلقي مرة إثر مرة على الضحايا، ودائماً يسعى الخطاب المتصهين إلى تشويه صورة المقاومة سواء الفلسطينية أو اللبنانية.

الباب الثالث
وسائل الاعلام ودورها

وسائل الإعلام المرئية و المسموعة:

ان وسائل الإعلام المعروفة في الوقت الحاضر التلفاز والمذياع والإنترنت والصحف والقنوات الفضائية ويعرف الاعلام بأنه اداة اتصال بين طرفين وهم الاعلامي اي المرسل من جهة بالاضافة الى الجمهور اي الفئة المستقبلة ، عن طريق العديد من الوسائل الاعلامية ، كما تنتقل الرسالة الاعلامية بواسطته من طرف لآخر ، كما ان للاعلام تعاريف اخرى ومنها ان الاعلام يعتبر العملية التي تقوم على تزويد الجمهور او المستقبل للمعلومات بأكبر كمية ممكنة من المعلومات الصحيحة بالاضافة الى الحقائق الثابتة والواضحة ، كما أن هناك وسائل إعلام كثيرة منها المسموعة ومنها المقروءة والمرئية فالمسموعة مثل الراديو ، والمرئية مثل التلفاز ، والمقروءة مثل الجرائد والمجلات , ومنها وسائل حديثة وأخرى قديمة ومع تطور العلوم والتكنولوجيا يكون هناك أدوات ووسائل متطورة .

أنواع وسائل الإعلام: وتحتوى على أشكال منها وسائل إعلام مطبوعة (صحف وجرائد – مجلات) ووسائل إعلام مرئية ومسموعة(إذاعات- قنوات فضائية – سينما - الإنترنت : وسيلة إعلام مطبوعة ، مرئية، و مسموعة) ويعتبر التلفاز من أهم وسائل الإعلام في العصر الحديث, فهو منهل ثقافة, ومورد علم وتسلية ومرح وفائدة يقضي الصغار والكبار أمام شاشته الصغيرة ,ساعات طويلة تنسيهم واجباتهم المدرسية وأعمالهم وبرامجه كثيرة ومنوعة , فيها الجد والهزل , والتاريخ والعلم والثقافة والرياضة

وحتى تؤدي برامج التلفزيون رسالتها التربوية والتوجيهية والترفيهية على القائمين على إعداد هذه البرامج أن يسعوا جاهدين إلى إعداد البرامج التي تهدف إلى المثل العليا ، التي ترسخ في أذهان أبنائهم القيم الفاضلة ، والعادات التربوية السليمة ، متعاونين مع المربين وأصحاب الإختصاص بعلم النفس والاجتماع ، وما يمكن أن يكرس في نفوسهم القيم الفاضلة وحب الوطن .

استخدام وسائل الإعلام:

تشكل وسائل الإعلام عاملاً حيوياً في تقديم رسالة منظمة أصحاب العمل إلى الجمهور ولا بد من رعاية العلاقة بها والتعاطي بالعمق معها من أجل إيصال تفسير منظمة أصحاب العمل للقضية وإبراز دورها لدى الجمهور الأوسع.

وتعتبر وسائل الإعلام طرفاً فاعلاً أساسياً في عملية الدعوة فهي وسيلة لإيصال قضايا منظمة أصحاب العمل إلى المجال العام وإلى الخطاب السياسي ويمكن لاستخدام وسائل الإعلام أن يساعد منظمة أصحاب العمل على الوصول إلى جماهير متعددة وتحتاج وسائل الإعلام إلى قصص ذات أهمية وطنية لملء صفحاتها وتملك منظمة أصحاب العمل بوصفها كياناً فاعلاً في السياسة الوطنية معلومات هامة لمساعدتها في هذا الدور، إذاً أنتم تحتاجون إليها وهي أيضاً تحتاج إليكم.

أما الفوائد الرئيسية لاستخدام وسائل الإعلام فهي :القدرة على إيصال الرسالة إلى عدد كبير من الناس فقد تعزز من شأن المنظمة أصحاب العمل وصدقها لدى واضعي السياسات، وبالتالي تحسن الوصول إليها ومثل أي نهج آخر، ينطوي استخدام وسائل الإعلام أيضاً على بعض المخاطر مثل:احتمال ألا تكون التغطية الإعلامية لمنظمتكم أو قضيتكم مناسبة أو دقيقة وإمكانية أن تؤدي التغطية الإعلامية إلى حفز معارضيكم لزيادة نشاطهم في هذه القضية. هناك طائفة واسعة من التقنيات يمكن الاختيار من بينها ويعتمد الأسلوب الذي نختاره على طبيعة الرسالة والجمهور الذي تأمل بلوغه، وعلىوسائل الإعلام الموجودة ، ومستوى المهارات والخبرة الشخصية في التعامل مع وسائل الإعلام.

دور وسائل الإعلام في تشكيل المجتمع:

تعدّ وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة مصدراً مهماً من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع،وذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين،في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والأكاديمية والاجتماعية وهذا ما يكسبها أهميه في عملية بناء المجتمعات، ويمكن الزعم أنها أحد العناصر الأساسية في المساهِمة في تشكيل ملامح المجتمعات وإذا كان دور وسائل الإعلام في أي بيئة اجتماعية يتحدد بالأثر الذي تحدثه فيها، فمن الممكن أن نقسّم وسائل الإعلام باعتبار تأثيرها في المجتمعات قسمين: قسم مؤثر ، وقسم غير مؤثر

كما يمكن تفريع القسم الأول منهما إلى اتجاهين: سلبي وإيجابي، باعتبار الهدف الذي يسعى إليه القائمون على كل اتجاه، ولأن الإيجابية والسلبية من الأحكام النسبية، ليست ثابتة أو محددة فإن الضابط الذي يُستخدم هذين الحكمين على أساسه هنا هو الانسجام مع متطلبات الهوية العربية الإسلامية في ما يُقدَّم إعلامياً عبر القنوات المختلفة.

ويختلف القسم الثاني، وهو قسم وسائل الإعلام غير المؤثرة عن الاتجاه السلبي من القسم الأول في الجوهر الأساسي للموضوع، وهو حقيقة الدور الذي يؤديه كل منهما في تشكيل المجتمع وبنائه؛ فوسائل الإعلام غير المؤثرة لا تؤدي أي دور في المجتمع، وبالتالي لا تقوده إلى أي اتجاه وهي غير معنية بما تقدمه للمجتمع وأفراده، ولا تقوم بأكثر من التوصيل لكن دون أسس واضحة، ودون معرفة حقيقية بما يجب أن يقدم، وما يجب أن تكون له الأولوية من بين ما يقدم. والقائمون على مثل هذا النوع من وسائل الإعلام هم الذين دخلوا سلك الإعلام إما مصادفة، أو دون رغبة أصيلة في ممارسة الإعلام، أو دون هدف أو وعي حقيقي بالدور الذي تتحمل المؤسسة الإعلامية عبئه، لتكون ذات فائدة ونفع للمجتمع. أما الاتجاه السلبي من القسم ذي التأثير في المجتمع فيختلف من حيث وجود الهدف، ووضوح الرؤية والوسيلة أو الأداة التي تساعد على تحقيق الهدف، والقائمون عليه لا يتحركون خبط عشواء إنما وفق خطط مدروسة بعناية، وهم يملكون تصوراً واضحاً لما يريدون الوصول إليه، ويسعون جاهدين إلى تحقيقه.

وإذا كان ضابط الإيجابية والسلبية هو الانسجام مع متطلبات الهوية العربية الإسلامية فإن الكثيرين يمكن أن يتفقوا على أن ما يُقدم إعلامياً عبر الوسائل المختلفة المتوافرة في الدولة، والمتكاثرة يوماً بعد يوم يتوزع ما بين قطبي السلب والإيجاب.

وظيفة وسائل الإعلام في المجتمع:

لوسائل الاعلام أهمية كبيرة في رفع المستوى الثقافي للشعب، وحسن أداء افراده لوظائفهم، واكتسابهم القيم الاجتماعية داخلياً كما أنّها تعرف العالم بحضارة شعوبها ووجهات نظرها في المسائل العالمية خارجياً ومع تنوع الوسائل وانتشارها على نطاق واسع تنوعت الوظائف التي تقوم بها في المجتمع وأهم هذه الوظائف هي:

١- التوجيه: حيث تستطيع وسائل الإعلام المختلفة اكساب الجماهير اتجاهات جديدة أو تعديل القديم منها، ولكن هذا التعديل في ظل شروط معينة، وهي حسن اختيار المادة الاعلامية وملاءمتها للجمهور المستقبل وتقديمها في ظروف مناسبة.

٢- الدعاية: تهتم الحكومات المختلفة باستخدام وسائل الاعلام في الدعاية، ويأتي اهتمام الحكومات لتعريف الدول الأخرى بفلسفتها ووجهة نظرها في النواحي الداخلية والخارجية، ويرافق ذلك اهتمام بما تطرحه الدول الأخرى لكي تتفادى خطر وصول شيء لشعبها يشوش الأفكار ويعوق تنمية مواردها الموجهة وفق أيديولوجيتها النابعة من ظروفها الخاصة.

٣- التثقيف: وهو زيادة المعرفة بغير الأسلوب الأكاديمي المتبع في المدارس خاصة فيما يتصل بنواحي الحياة العامة، والتثقيف عن طريق وسائل الاعلام دون قصد أو تخطيط سابق، أما عارضاً أو مقصوداً فهو حصيلة اتجاه الفرد إلى وسائل الاعلام وتفاعله معها بهدف معين وبخطة مسبقة وباتجاهين موجه من قبل مرشد، أو اتجاه حر من خلال رغبة ذاتية لدى الأفراد.

٤- التعارف الاجتماعي: فوسائل الاعلام تقوي الصلة الاجتماعية بين الأفراد عن طريق إظهار تعاطفهم في أسلوب رقيق يعبر عن مشاعرهم أو تقديم الشخصيات الشهيرة المحببة إلى نفوس الناس.

٥- الترفيه: وهو استخدام وسائل الاعلام المختلفة في تسلية الناس، لكن ينبغي أن يكون لهذا الترفيه بعد يتجاوز التسلية إلى التأثير في اتجاه فلسفة مرسومة للمجتمع.

وعلى الرغم من أهمية الوظائف المذكورة أعلاه والدور الكبير الذي تؤديه في حياة المجتمع إلا أن بعضها قد يكون أكثر أهمية، ودورها أكثر وضوحاً في ظل التطورات الإنسانية كالتوجيه والتثقيف والاعلان فوسائل الاعلام تعمل على جذب الجمهور من خلال توجيهه باتجاهات معينة مخطط لها، ويأتي هذا التوجيه بمقدار ما لدى الجمهور في المجتمع من ثقافة ودراية بالعديد من القضايا والأفكار والمعلومات.

أما الاعلان فتكمن أهميته في ارتباطه المباشر بالجانب التجاري وبقوانين العرض والطلب والحد الأقصى من الربح، إلى الدرجة التي تؤدي إلى خلق نموذج ثقافي استهلاكي عالمي يؤدي بدوره إلى تهديد الثقافات القومية من خلال بزوغ أنماط سلوكية وثقافية جديدة في المجتمع وعليه ينبغي إضافة الإمكانيات التي أصبحت متاحة بفضل تكنولوجيا الاتصال الحديثة للاستفادة منها في المجتمع، لدعم الوظائف الرئيسية التي تقوم بها وسائل الاعلام، فلقد ألغت تكنولوجيا أقمار الاتصال عنصري الزمان والمكان مما سهل عملية التواصل الآني بين أجزاء العالم المختلفة كما سهلت عملية نقل البيانات والمعلومات لتحقيق أهداف تجارية، تنعكس آثارها على الدول المتقدمة والنامية على السواء.

علاوة على ذلك فقد زادت من تطور الكم والكيف في أدوات الانتاج الاعلامي والثقافي وشبكات توزيع المادة الاعلامية والثقافية، واستحداث وسائل للتعليم الذاتي والتعلم عن بعد وهذه الوظائف الرئيسية والمساعدة تعمل على حمل المجتمع إلى برّ الأمان والتطور والتقدم والنمو، لكن يجب أن يكون التحرك فى الاتجاه الإيجابي والابتعاد عن الاتجاه السلبي لهذه الوظائف التي حذر منها الكثير من الباحثين أمثال روبرت ميرتون الذي يقول قد تعمد وسائل الاعلام إلى نقل معلومات وأنباء تثير الفتنة داخل الدولة أو نشر عداء قوة أجنبية أو محلية أو مناخ الصراع أو الحرب أو قد تعمد إلى خدمة أغراض حاكم أو جماعة محددة ممن يهيمنون على وسائل الاعلام.

وروبرت ميرتون يدعو إلى انتقاء الأفضل والمناسب مما يدور في شبكات الاعلام من معلومات وأفكار مولدة من برامج منوعة ومختلفة من حيث المصدر والمضمون والهدف.

وسائل الاعلام وتزييف وعي الجماهير:

تمتلك وسائل الاعلام بالتحالف مع السياسيين قدرة كبيرة على تزييف وعي الناس من خلال مايمتكله النظامين السياسي والاعلامي من قدرات تنظيمية هائلة قياساً إلى عموم الجماهير التي تتصف بانعدام التنظيم وضعف التماسك وبسبب أن تزييف الوعي لايتم بغير تواطؤ وتوافق بين النظامين في المجال السياسي خصوصاً فسنستخدم تعبير الاعلامي السياسي للاشارة إلى ذلك التواطؤ ولصعوبة الفصل أيضاً مابين منتجات النظام الاعلامي والنظام السياسي، وهذه الوسائل أيضاً تقوم بدور خطير في تزييف الوعي الجماعي للجماهير من خلال تواطئها مع الجهات السياسية التي تضع نصب أعينها هذا الهدف حفاظاً على مصالحها كفئة حاكمة أو مستفيدة من زيف الوعي بقضايا المجتمع السياسية[١] وقد أكدت معظم الدراسات الميدانية دور مختلف وسائل الاعلام في نشر الوعي وعلى النقيض من ذلك تزييف الوعي.

وتتنوع أساليب وتكتيكات الاعلام السياسي في تزييف الوعي وفيما يلي إشارة إلى أهمها:

أسلوب التكتم التام: وكان مثل هذا الأسلوب كثير الاستخدام قبل ثورة الاتصالات حيث تعمد السلطات إلى منع نشر بعض الأنباء أو المواد الاعلامية والثقافية وتمنع وسائل الاعلام المحلية من نشرها حتى ولو حاولت ذلك وكان مثل هذا الأسلوب معروفاً في الانظمة الشمولية كنظام الاتحاد السوفييتي السابق والنظام العراقي السابق والاحتلال الاسرائلي في قضايا تتعلق بالصحف العربية الصادرة هناك وبعض القضايا التي تصنف في دائرة الأمن والسرية ومن خلال هذا الأسلوب استطاع كثير من الأنظمة الحاكمة تجنب غضب الجماهير أو الأحزاب المعارضة أو حتى الدول الأخرى المعادية مثلما تقضي قوانين بعض الدول بمنع نشر أي وثائق تصنف بأنها بالغة السرية قبل مضي أربعين عاماً أو يزيد على هذه الوثائق.

أسلوب التكتم الجزئي: يضظر السياسيون أحياناً لنشر بعض الجوانب أو العناصر الجزئية لوقائع أكبر أو أكثر شمولاً في الحالات التي يتضمن فيها الخبر أو الواقعة جوانب ايجابية من وجهة نظر السياسي أو الاعلامي فهذه العناصر أو الجوانب تأخذ طريقها إلى النشر وربما الاشادة والتضخيم يجري مثل هذا التكتيك في حالات كثيرة منها نشر معاهدات واتفاقيات سياسية أو غيرها

في حين يجري التكتم على ملاحق وبروتكولات تصنف بالسرية لتجنب ردود الأفعال والتداعيات السلبية لخبر وأسلوب التكتم الجزئي هو عادة أكثر الأساليب استخداماً في العمل الاعلامي إذ أن بعض الاعلاميين مثل السياسيين يجعلون من أنفسهم حراس بوابة فيمنعون ويسمحون وفق عباراتهم المعقدة الكثيرة من المعطيات السياسية التي تخدم تعزيز اتجاهات معينة ترغب فيها الجهات الاعلامية السياسية وعادة ما يمثل رئيس التحرير دور حارس البوابة للسياسيين والاعلاميين تكمن خطورة هذا العمل في أن الأخبار والتحليلات اليومية المحلية منها والوطنية تخضع لهذا التكتيك فاذا ما تخيلنا حجم المواد السياسية التي يجري نشرها أو بثها وفق رؤية أحادية فيمكن تخيل أو توقع الأثر البالغ الذي يمكن أن يقع على وعي الجماهير عبر سنوات من البث أو النشر .

الأسلوب الانتقائي: يقضي هذا الاسلوب بانتقاء الأخبار والتحليلات السياسية التي توافق الاتجاه الرئيسي لجهات الاعلام السياسي ووجه المخادعة يتمثل في أن الوسيلة الاعلامية تنشر مواد اعلامية حقيقية أو موثقة كالتقارير الميدانية مثلاً لكنها تغفل عن قصد نقل أخبار ومواد أخرى ميدانية في عمليات الانتخابات مثلاً ففي بعض دول العالم الثالث يمكن صناعة تقارير حقيقية عن جماهير غفيرة تختلف بفوز أحد المرشحين ويمكن تعزيز التقرير بتحليلات محللين كبار أو تصريحات لشخصيات سياسية وإعلامية كبيرة بالقدر نفسه الذي يمكن فيه التكتم على الاحتجاجات الشعبية أو الحزبية الواسعة التي أثيرت حول الموضوع

أو من خلال التقليل من أهميتها بأساليب عديدة والمفارقة أن وسيلة اعلامية أخرى قد تجعل من نفس الانتخابات مثلاً خبر معاكس على الاطلاق إذ يمكن لأحد التقارير الميدانية المعززة بالتحليل والاحصائيات أن يوصل المتلقي إلى انطباع أن الانتخابات كانت غير سليمة وغير ديمقراطية، والاسلوب الانتقائي هو اللعبة أو التكتيك الأكثر ذكاءاً وخداعاً في اللعبة السياسية والاعلامية على الاطلاق وهذه الحقيقة تأتى من كونه أسلوباً تكتيكياً يكاد ينطبق على مختلف المواد الاعلامية اليومية وتتزايد خطورة الموضوع حين يتحول العمل الاعلامي إلى مهنة احترافية عالية التقنية خصوصاً تلك التي تعتمد الكاميرا أي التلفزيون والانترنت والصورة المطبوعة فاذا ماضافنا لذلك حقيقة أن العمل السياسي أيضاً مهنة احترافية تعتمد على الكثير من فنون الاتصال يتبين لنا كيف يمكن لتحالف أو تواطؤ الاعلام والسياسية أن يحولا الأسود إلى أبيض والأبيض إلى أسود من أجل الوصول إلى الأهداف المبتغاه.

أسلوب التأويل والتضليل: تضطر وسائل الاعلام كالسياسيين إلى نشر بعض المعطيات السياسية أو الاقتصادية وأسباب ذلك كثيرة منها معرفة الجماهير بها في الواقع كالأزمات البرلمانية أو السياسية عموماً أو الحروب أو المعارك أو الحوادث الكبرى كغرق سفنية ركاب أو تحطم طائرة ومنها أيضاً قيام وسائل إعلام خارجية بنشر الخبر أو حتى توقع أن تقوم وسائل نشر أخرى بنشرها

لذلك يعمد السياسيون والاعلاميون إلى تقديم رواياتهم الخاصة للحدث ومزج ذلك أو الحاقة بالتفسير الخاص للحدث لقطع الطريق على الروايات الأخرى المحتملة أو الواقعة فعلاً، والخداع والتضليل قد لايأتي في نطاق سرد وقائع أو معطيات الحدث لكنه قد يتخلل التحليل والتعليق بحيث يجري أحياناً كثيرة إقناع نسبة كبيرة من المتلقين بالتحليل المقدم لأن الكثير من المتلقين إما غير معنيين بالمتابعة أو غير قادرين عليه مما يعني أن الرواية المقدمة هي الرواية الرئيسية في حين أن الروايات الأخرى قد يجري تصنيفها على نطاق الروايات المعارضة أو المشككة.

أسلوب الاغراق بالمعلومات: على النقيض من الأسلوب الأول الذي ساد في الدول الشمولية والأنظمة الدكتاتورية وسلطات الاحتلال فهذا التكتيك قضي بتشتيت الجمهور وإرباكه من خلال دفق المعلومات والصور والبيانات مما يفقد الجمهور القدرة على الاختيار والتمييز والثبات ويعتبر هذا الأسلوب أسلوباً حديثاً تطور مع التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاعلام ومن الناحية الواقعية فان السياسيين باتوا يعلمون أن الكثير من الأحداث والأخبار من الصعب إخفائها طول الوقت وإن تمكنت من اخفائها عن البعض فان بعضاً آخر سوف يعلمها وينشرها بطريقته الخاصة أو يقدم روايته لذلك من الأفضل أن يقدم السياسيون رواياتهم كاملة بما يمنحهم الفرصة أيضاً لتعديلها وتزيينها أو تشويهها ماداموا هم أصحاب الرواية. (١)

.

التضليل الاعلامى:

ان الاعلام سلاح ذو حدين و هذا العالم ليس عالماً مثالياً خياليا يعمه السلام والعدل والمحبة بل ان تضارب المصالح واختلافها وتضادها يجعل من التضليل الاعلامي سلاحاً فعالاً في الصراعات ولكن يتم ذلك عبر أسلوب القوة الناعمة التي تؤثر ببطء وعلى المدى الطويل دون أن يلاحظها الكثيرون[٢].

من الوظائف الرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيري وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات وهذه الوظيفة لايمكن عزلها عن الوظائف الأخرى إلا أنها تمتاز عنها بخصوصية الهدف من هذه الوظيفة فاخلاقيات الاعلام تفرض على وسائل الاعلام القيام بواجباتها ووظائفها بصدق وأمانة وموضوعية وتوازن وشمول ودقة

ومع وجود صراع المصالح الهائل على مستوى العالم فهذه الأخلاقيات تغيب أحياناً وتحدث بشكل متعمد أنواع من التضليل الاعلامي

١. الانتقاء المتحيز الذي ينتقي بعض الكلمات والحقائق والاقتباسات والمصادر ويتجاهل الأخرى والتركيز على حقيقة واغفال حقيقة أخرى مرتبطة بها.

٢. التلاعب بالمعلومات وترتيب الحقائق بحيث تعطي معنى وانطباعات معينة يتم تفسيرها بشكل معين يخالف الواقع .

٣. اهمال خلفية الأحداث مما يجعلها ناقصة ومشوهة ولايستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها.

٤. التضليل بالمزج والخلط وعدم التمييز بين الأخبار من ناحية والرأي والتحليل والتعليق من ناحية أخرى فلا يعرف المتلقي هل هذا جزء من الخبر أو هو رأي الصحفي ووجهة نظره.

٥. تقديم معلومات ليس لها علاقة بالحدث على حساب الحقائق المهمة.

٦. التضليل بالعناوين ومقدمات الأخبار المعتمدة على المبالغة والتهويل والغموض والمعلومات الناقصة مما لايتفق أحياناً مع مضمون الخبر أو المادة الصحفية.

٧. استخدام مفردات معينة تؤدي إلى اصدار أحكام بالادانة على المواقف والأشخاص والجماعات والدول أو تحمل وجهة نظر بالتأييد أو الرفض.

٨. الايهام والتدليس في المصادر والمعلومات وعرض معلومات مضللة بكلمات غير واضحة المصادر وغير صحيحة.

٩. ادعاء التوازن الشكلي بين رأيين فقط واختيارين لا غير مع تعمد إهمال وجهات النظر الأخرى وتغييب الكثير من الاحتمالات والآراء والحلول.

١٠. اختيار قضايا ومشكلات زائفة والابتعاد عن قضايا أخرى تهم الجمهور وتسهم في تكشيل الوعي الصحيح.

١١. اغراق الجمهور بمعلومات لاتهمة ولا يحتاج إليها مما يطلق عليه نفايات المعلومات.

١٢. الاغراق بكم كبير جداً من المعلومات لايستطيع المتلقي الربط بينها أو تفسيرها مما يعوقه وشعوره بالعجز أمام طوفان المعلومات.

١٣. لفت الأنظار عن قضية معينة بتسليط الأضواء على قضية أخرى وحصر التفكير فيها وتشتيت الانتباه عن القضية الأصلية.

١٤. التعتيم والتغييب والحذف والتجاهل سواء كان ذلك لقضية أو حدث أو مشكلة مما يجعلها خارج وعي الجمهور.

١٥. التضخيم والتهويل لقضية أو حدث أو مشكلة ليترك ذلك انطباعاً زائفاً بحجمها لدى الجمهور.

١٦. التهوين وتقليل قيمة الموضوع رغم أهميتة للجمهور وعلاقته بمصالحهم واهتماماتهم.

١٧. التفكيك والتجزيء وحصر النقاش في جزئيات بعينها وقطعها عن الاطار العام وسياقها الطبيعي وصورتها الكاملة.

١٨. قلب الصورة حتى يصل الأمر أحياناً إلى تصوير المجرم على أنه ضحية والضحية على أنه هو المجرم المعتدي.

١٩. التضليل بالمصطلحات المصنوعة المنحوتة التي تبني وترسخ مفهوماً معيناً يتفق مع مصالح صانع المصطلح الذي قام باستحداثة والترويج له لتغييب الحقائق وتزييف الوعي.

٢٠. استخدام مصطلحات قد تكون صحيحة ومقبولة ومتفق عليها في أصلها لكنها تستخدم تعمداً وتضليلاً في سياق خاطئ لايرتبط بها.

٢١. التضليل بالاحصائيات واستطلاعات الراي غير الحقيقية فهى إما أنها لم تحدث أصلاً أو أنها كانت حافلة بالأخطاء الاجرائية التي تؤدي إلى خطا الناتج.

٢٢. التضليل بالقراءة المخادعة للاحصائيات واستطلاعات الراي الصحيحة لكن يتم التلاعب بطريقة عرضها وتفسيرها سواء بالكلمات أو بالرسوم البيانية.

٢٣. التضليل بالصورة إما في طريقة التقاطها أو تغيير مضمونها والتحكم في الألوان أو إضافة صور أشخاص أو أشياء أو حذفها أو يتم الادعاء أن هذه الصورة تمثل واقع بينما هي مصنعة لتعطي انطباعاً معين.

٢٤. اختيار صورة حقيقة لشخص أو حدث إلا أنها التقطت من زاوية معينة أو في لحظة معينة لاعطاء رسالة مضللة حول الشخص أو الموقف أو الحدث.

٢٥. التضليل بالكاريكاتير السياسي والاجتماعي الذي يتعامل معه الناس باعتباره طرفة وتسلية بينما هو رأي وموقف ورسالة مؤثرة تجمع بين خصائص الكلمة وخصائص الصورة.

٢٦. اختيار أضعف وأسوأ شخصية ممكنة لتمثيل قضية ما في حوار أو حدث اعلامي لكي يتم إسقاط القضية وتشويهها عبر هذه الشخصية المهزوزة السيئة أو الضعيفة.

٢٧. الحوار المشوه الذي يتم فيه تغييب كلي متعمد للقضية الجوهرية المحورية والاغراق بالتفاصيل الهامشية والثانوية الصغيرة ذات الأثر المحدود على القضية المحورية التي تم تغييبها قسراً.

٢٨. تكرار الفكرة الخاطئة وترسيخها مهما تكن خاطئة وتعزيز السلوك المنحرف وترسيخه مهما يكن منحرفاً بالتكرار المستمر المتواصل حتى تستقر في وعي الجمهور.

الباب الرابع
اسرائيل الدولة والاعلام

إعلام الدولة :

بعد تأسيس دولة الكيان الغاصب كان للاعلام دور هام في الترويج لقبول السرطان الصهيوني الذي ظهر فى المنطقة العربية، وأيضاً كان له دور هام وكبير في تضليل فكر ورؤية الشعوب الغربية التي ما لبثت أن اعترفت عبر حكامها بانشاء ما يسمى بدولة اسرائيل. واليوم نرى الصهيونية العالمية قد استطاعت احتكار الصحافة في بلاد الغرب، وأصبحت قادرة على قلب الحقائق وتصوير الضحية الأعزل على أنه الجاني وتصوير الجلاد المدجج بالسلاح على أنه ضحية بريئة تحمل السلاح للدفاع عن أطفالها وعبر ذلك تم اسقاط حق الشعوب في المقاومة والتحرر، وأصبح من يحمل السلاح دفاعاً عن نفسه ووطنه إرهابياً،وتم التغطية بذلك على الاحتلال الأمريكي في أفغانستان والعراق، والتحضير لضرب دول أخرى وفق الأجندة الأمريكية، الشريك القديم والمتجدد لتسويق حق الصهاينة في العيش بسلام، عبر قتل وتدمير أي حضارة تقول:لا للصهيونية ولا حق لليهود في أرضنا المغتصبة.

أساليب الإعلام الاسرائيلى :

ويتبع الصهاينة أساليب ملؤها الخداع وقلب الحقائق والكذب للوصول إلى مآربهم ومنها:

- الاستعطاف والإثارة.
- التشبيه بالشعوب خاصة المتحضرة منها.

- الابتزاز والتهديد.
- التهويل بصورة العدو وبشاعتها والتشنيع بالخصم.
- التزوير.
- التكرار.

مقابل ذلك يصنف آخرون أساليب الإعلام الصهيوني بكلمتين هما: الدعاية بالكلمة فإسرائيل تعتمد على إغراق العالم بالدعايات المكتوبة والمرئية والمسموعة بشتى وسائل الإعلام دعاية الحركة الهادئة داخلياً وخارجياً، وتمتاز باستغلالها الكلي للعلاقات البشرية نتيجة الدراسة العميقة للنفس البشرية دعاية العنف والإرهاب،التي يحفل التاريخ الحديث بالأمثلة على أساليب دعاية العنف والإرهاب التي استخدمها قادة الكيان الصهيوني في شتى أنحاء العالم، سواء ضد الزعماء أو المفكرين، أو ضد المؤسسات التابعة للأمم المتحدة.

ثوابت الدعاية الصهيونية:

يمكن القول إن ثمة موضوعات أساسية في الدعاية الصهيونية نوجزها في ما يلي:

١ – تؤكد الدعاية الصهيونية أن الجماعات اليهودية هي في واقع الأمر أمة يهودية واحدة لا بد من جمع شمل أعضائها لتأسيس دولة يهودية في فلسطين، مع التزام الصمت الكامل حيال العرب لتغييبهم، أو محاولة تشويه صورتهم إن كانت هناك ضرورة لذكرهم.

٢ – من الموضوعات الأساسية التي تطرحها الدعاية الصهيونية قضية البقاء فالدولة الصهيونية ليست دولة معتدية إنما تحاول الحفاظ على بقائها وأمنها فحسب، وتختلف طبيعة هذا البقاء من حقبة إلى أخرى وبحسب موازين القوى.

٣–تركز الدعاية الصهيونية على الحقوق التاريخية المطلقة للمستوطنين الصهاينة،مع الإغفال المتعمد لحقوق السكان العرب أصحاب الأرض الأصليين.

٤ – طورت الدعاية الصهيونية رؤية مزدوجة للمستوطن الصهيوني فبقاؤه مهدّد دائماً من قِبَل العرب، لكنه في الوقت ذاته قوي للغاية إلى درجة أنه لا يمكن أن يهدده أحد، فهو قادر على البقاء وعلى سحق أعدائه وضربهم في عقر دارهم.

٥ – تؤكد الدعاية الصهيونية أن إسرائيل واحة للديمقراطية الغربية في وسط عالم عربي متقلّب.

٦– تدخل الدعاية الصهيونية الموجهة للعرب في إطار الحرب النفسية،وتهدف إلى تحطيم معنويات العرب، وتحطيم الشخصية القومية العربية، وغرس مفاهيم مثل جيش الدفاع الإسرائيلي الذي لا يقهر والسلام العبري.

٧ – تحاول الدعاية الصهيونية تحويل مشاعر معاداة السامية من الفرع اليهودي إلى الفرع العربي لهذا، استبدلت بصورة اليهودي التقليدية في الوجدان الغربي خائن- بخيل – تاجر – مرابي – عدواني طفيلي صورة جديدة تماماً، فأصبح اليهودي مسالماً – متحضراً – أميناً – ذكياً – صديقاً – منتجاً مقاتلاً وفي المقابل، نجحت الدعاية الصهيونية في ترسيخ صفات سلبية عن العربي فقد أصبح متخلفاً – بربرياً – جشعاً – عدوانياً بطبعه، وفي نهاية الأمر غائباً لا وجود له.

٨ – ركزت الدعاية الصهيونية على قضية العداء الأزلي لليهود وعلى الإبادة النازية لليهود والستة ملايين يهودي، وهي تهدف من هذا إلى ابتزاز العالم الغربي وتبرير عملية اقتلاع الفلسطينيين من بلادهم، كما أن هذه القضية تقوّي التضامن اليهودي في الوقت نفسه.

٩ – ركزت الدعاية الصهيونية في الغرب خاصة في مرحلة ما قبل بلفور على محاولة إعادة إنتاج صورة اليهودي حتى يمكن توظيفه في خدمة المشروع الصهيوني، فيهودي المنفى إنسان لا جذور له، طفيلي، يشعر بالاغتراب ما دام خارج أرض الميعاد،وهو مضطهد بشكل دائم عبر التاريخ ابتداءاً من طرد اليهود بعد هدم الهيكل على يد تيتوس إلى إبادتهم بأعداد ضخمة على يد هتلر وهكذا، أصبح هذا اليهودي الإنسان المثالي العبري القوي المحارب الذي يمكنه أن يدافع عن نفسه وعن مصالح الحضارة الغربية داخل إطار الدولة الصهيونية

وقد خفّت حدة الهجوم على شخصية اليهود في المنفى بعد عام ١٩٦٧، بعد أن أدرك الصهاينة أن يهود العالم الغربي الذين يشكلون غالبية يهود العالم سيبقون في بلادهم ولن يهاجروا إلى فلسطين، وأن وجودهم في العالم الغربي في الولايات المتحدة بالدرجة الأولى يشكل أداة ضغط مهمة على صانع القرار الأمريكي.

١٠ – توجهت الدعاية الصهيونية إلى الجماعات اليهودية، مبينةً لها أن وجودها في عالم الأغيار يهددها ويهدد هويتها وركزت الدعاية الصهيونية على دعوة اليهود للخروج من الجيتو والهجرة إلى إسرائيل للحفاظ على خصوصيتهم وهويتهم اليهودية وقد تراجع هذا الموضوع في الآونة الأخيرة ويكاد يختفي للأسباب نفسها التي سبق ذكرها.

.١١ – تعتمد الدعاية الصهيونية على شبكة واسعة من الدوريات الصهيونية في أنحاء العالم كافة.

ونتيجة الالتزام بتلك القواعد أصبحت الدعاية الصهيونية من أنجح الدعايات الإعلامية التي تقوم بأكبر عملية غسل أدمغة على المستوى العالمي، يساعدها في ذلك امتلاك اليهود للإمكانات الاقتصادية والمالية، إضافة إلى معرفة اليهود لأنسب الطرق لمخاطبة العقل الغربي، حيث سهلت عليهم جذورهم الأوروبية أن يحققوا أكبر عملية غسل دماغ بشرية في التاريخ لمصلحة قضيتهم التي عملوا من أجلها، ألا وهي تهويد فلسطين وتغيير معالمها.

ركائز الاعلام الاسرائيلى :

يرتكز الاعلام الإسرائيلي على خمسة ركائز أساسية هى:

الأول : ادعاء إسرائيل أن الصهيونية ليست سوى تعبير عن إيمانها بالعالمية .

الثاني : إظهار إسرائيل بمظهر الدولة المحبة للسلام والراغبة في التعايش مع العرب، في مقابل إظهار العرب بأنهم يرفضونها كياناً وحضارة وشعباً، الأمر الذي يعطيها تأييد الرأي العام الغربي ودعمه .

الثالث : ادعاء إسرائيل أنها جزء من حضارة الغرب المتمدن ممزوجة بحضارة يهودية أصيلة، الأمر الذي يعطيها صورة فريدة تجعل الغرب راغباً في دعمها ومساعدتها على حقها التاريخي في الوجود .

الرابع : تظهر الدعاية الصهيوني إسرائيل كدولة تؤمن بالمساواة بين الشعوب وبين أبناء الشعب الواحد ؛ لذا تظهر إسرائيل نفسها معيناً ومؤيداً للشعوب والأقليات المضطهدة مثل الأكراد ـ الأقباط .

الخامس : إظهار العرب بصورة رديئة وسيئة، سواء على صعيد الأفراد أو المجتمعات ـ فهي مثلا تصور الإنسان العربي بمظهر المتآمر ، الجبان الغبي الإرهابي ، المتخلف .. وغير ذلك .

وتصف الدعاية الصهيونية النظم السياسية العربية بالديكتاتورية المتسلطة كما تتهم الدول العربية بالعنصرية والتفرقة الدينية، وتعطي مثلاً على وضع الأقباط في مصر حيث تصفهم بأنهم مواطنون درجة ثانية، وفى المقابل تبرز الدعاية الصهيونية الشعب الإسرائيلي بصورة مثالية ، فالمواطن الإسرائيلي هو دائما ذكي ـ شجاع ، محب للسلام ذو أخلاق عالية و إسرائيل هي واحة الديمقراطية في منطقة الوطن العربى.

الحرب الإعلامية اليهودية جزء من الحرب الشاملة:

شكّل الاعلام دائماً ركيزة هامة من ركائز استراتيجية الحروب الاستباقية التي اعتمدتها جماعة المحافظين الجدد اليهود في واشنطن وحلفاؤهم في تل ابيب انطلاقاً من قناعة هؤلاء أن الحرب تحسم اعلامياً قبل أن تحسم ميدانياً ولقد بالغ اليهود مهندسوا الحرب الأمريكية على العراق في الاعتماد على هذا الأمر إلى درجة أن البنتاجون قرر عشية الحرب على العراق تشكيل دائرة خاصة أسماها دائرة التضليل الاعلامي ليعود فيغير الاسم، بعد ضجة كبيرة أثارها، ليصبح لها اسم آخر أقل اثارة، وفي الحالتين رصدت ميزانية ضخمة لعمل هذا الجهاز. واعتمدت هذه الاستراتيجية الاعلامية، وتوأمها نظرية الصدمة والرعب، على مراحل ثلاث قبل شن الحرب:

أولها قصف اعلامي يستهدف التركيز على أسباب للحرب، غالباً ما تكون مختلقة وكاذبة كما اتضح بعد الحرب على العراق، كما تعمل على شيطنة العدو .

وثانيها العمل بمختلف الوسائل على زعزعة الجبهة الداخلية سواء بتضخيم الثغرات لدى الجهة المستهدفة أو بإثارة كل أنواع العصبيات المتناحرة الموجودة وبشتى الأساليب، وصولاً إلى اعطاء الحرب رسالة أخلاقية وانسانية وديمقراطية تجعل من الشاهد أو المستمع أو القارئ تواقاً إلى وقوع الحرب، لكي تنقله من جحيم الاستبداد إلى نعيم الحرية، ومن جحيم العوز والحاجة إلى نعيم الرخاء والرفاه،ومن جحيم الكابوس العربي والاسلامي إلى نعيم الحلم الامريكي.

أما بعد اندلاع الحرب، فتعتمد هذه الاستراتيجية على إحلال الصورة الدعائية التضليلية مكان الحقيقة، باعتبار أن ما يتركه الاعلام في ذهن المواطن من انطباعات يبقى أهم من الحقيقة التي قد تحتاج إلى وقت لاكتشافها.

ولخدمة هذا الهدف لا بد من صحفيين يمتطون الدبابات االغازية المحتلة مع طواقمها ويعيشون مع جنودها، ولا يعرفون من الأخبار إلا ما توصله القيادة العسكرية لهم ولا ينشرون منها إلا ما تسمح به هذه القيادة فينتقل الخبر أو الصورة من الدبابة أو غرفة العمليات إلى العالم بأسره كجزء مكمل من الهجوم الحربي عبر شاشة متعطشة لأي خبر أما الصحفيون الذين لا ينضوون تحت لواء الحملة فيصبحون ضحايا للانتقام والقتل مثلهم مثل أبناء الشعب المستهدف بهذه الحرب.

وهكذا رأينا بغداد تسقط بيد الاحتلال، فيما لم تصل دبابات المحتل ومدرعاته إلاّ إلى ساحة الفردوس، ورأينا تمثال الرئيس صدام حسين يسقط في تلك الساحة على يد جماعة تم استئجارها على يد شركة علاقات عامة، كما اتضح لاحقاً وسمعنا أيضاً أن هذا الرئيس نفسه قد امتطى مع عائلته وأركان حكمه طائرة روسية ضخمة حطت بشكل مفاجئ في مطار بغداد، لنكتشف بعد أيام انه كان ما زال في حي الاعظمية في بغداد لحظة اسقاط تمثاله وأنه بدأ يتنقل بين المدن والبوادي العراقية فيما كان الجميع يتوقعون ظهوره في موسكو ولقد كانت الصدمة والرعب هو مفتاح العملية العسكرية، هذه الاستراتيجية أهم اليهود المحتلون في تل أبيب، وقد اتقنوها منذ حرب ١٩٤٨ أم حلفائهم اليهود الذين تسللوا واستولوا على الحكم في الولايات المتحدة وفي يدهم استراتيجية القرن الواحد: القرن الامريكي لكن المؤكد ان تل أبيب كانت تستخدم الاعلام بشدة وذكاء في كل حروبها بل أن فرقها في حربها الاعلامية كانت تتقدم فرقها العسكرية لكي تنقل أنباء سقوط منطقة قبل سقوطها الفعلي، واستسلام قوة قبل أن تستسلم بالفعل فيما سمي بالحرب النفسية التي يتقنها اليهود. لكن الأمر في حرب اليهود على غزة كان مختلفاً تماماً فلم يسمح أبداً لأي إعلامي، أياً كانت جنسيته، أن يتحرك في مناطق العمليات ولم تخرج إلى العالم صور توغل المدرعات اليهودية إلا بعد حين ولم توزع صور المواقع المقصوفة جواً، والتي تلتقطها عادة الطائرات فورياً إلا بعد دراستها بدقة لا بل أن الهواتف المحمولة قد سحبت من الضباط والجنود على حد سواء كي لا يتسرب منهم خبر إلى أهلهم يسيء إلى معنويات الجبهة الداخلية كما يسمونها في المطبخ الحربي في إسرائيل.

واذا كان البعض قد عزا التعتيم اليهودي إلى توصيات لجنة فينوجراد بعد الحرب اليهودية الفاشلة على لبنان عام ٢٠٠٦ التي اعتبرت أن الاعلام قد لعب دوراً كبيراً في إرباك الروح المعنوية للجنود، وان الاتصال بالأهل قد أثار حفيظة هؤلاء فبدأوا يتظاهرون لانهاء القتال، فان البعض الآخر قد اعتبر أن مرد هذا التعتيم هو سيطرة روح الانتخاب على أهل الحرب في تل أبيب، فهم كانوا يدركون ضعف التقدم الذي ستحرزه قواتهم في غزة لكنهم يريدون الايحاء للناخب اليهودي أن حربهم تسير وفق المخطط المرسوم لها.

وحين بدأت المرحلة الثانية من الحرب، كما يقول اليهود، أي المرحلة البرية، وبات الجيش اليهودي على مرمى نيران المقاومين المتحصنين من أهلهم في المدن والمخيمات، وبدأ الاعلاميون في غزة ينقلون للعالم المشهد الحقيقي: عجز يهودي عن التقدم إلى داخل المناطق الآهلة، جنود يهود يسقطون قتلى أمام الكاميرا بفعل عمليات المقاومة، كان لابد من الانتقال إلى المرحلة الثانية من الحرب الاعلامية أيضاً، فكان ستهداف مصور التلفزيون الجزائري باسل فرج بالقتل أولاً، ثم استهداف منزل الصحفي علاء مرتضى في حي الزيتون مما أدى إلى استشهاده أيضاً، ثم اعتقال مراسل تلفزيون العالم خضر شاهين وزميله، ثم قصف برج الجوهرة الذي يضم مكاتب ٢٢وسيلة إعلام منها المرئي والمسموع والمكتوب.

اذن لابد من التعتيم الاعلامي في الخندق الآخر من الحرب أيضاً، خصوصاً أن صور المجازر الجماعية البشعة، وصور الأطفال الشهداء والأطفال الاحياء على صدور أمهاتهم الشهيدات، قد بدأ يهز الضمير الانساني وهكذا في ١٥ يوماً فقط، فقد الجيش اليهودي ركيزتين رئيسيتين من ركائز الاستراتيجية الحربية التي علمها لحلفائه في واشنطن، فلا الصدمة والرعب أدت إلى صدم أهل غزة عموماً والمقاومين خصوصاً، ولا رعبهم وهم الذين يخرجون بالعشرات من تحت الأرض لتفجير عبوة أو اطلاق صاروخ أو قنص جندي يهودي يظن أنه في مأمن، ولا التضليل الاعلامي نجح في تغيير الأحداث على الأرض، ناهيك عن الفشل في تبرير الحرب ذاتها، وبدأت العملية العسكرية برمتها تتهاوى في أهدافها، في مسارها، خصوصاً بعد أن أثارت الخلافات داخل القيادة السياسية، وبينها وبين القيادة العسكرية.

كان لا بد اذن من اللجوء إلى الانتقام وإلى حصد أكبر عدد ممكن من الشهداء والجرحى، بين الأطفال والنساء، فلعل هذا الشلال المتدفق من الدم يضغط على قرار حماس وفصائل المقاومة فيحققون للعدو وحلفائه بالسياسة ما عجز هذا العدو عن تحقيقه بالحرب. وكانت ذروة المأزق في استصدار قرار دولي لا يحمل أي موعد أو آلية لتنفيذ وقف النار فيه، بل تحوّل إلى مجرد بيان رئاسي بصيغة قرار دولي يحتاج تفسير كل بند من بنوده إلى معركة جديدة حتى لا نقول محرقة جديدة من النوع الذي وعد به نائب وزير الدفاع اليهودي.

وبدا واضحاً أن لصدور القرار ١٨٦٠ على النحو الذي صدر به ثلاثة أهداف رئيسية أولها اعطاء جيش الحرب اليهودي مزيداً من الوقت ليرتكب المزيد من القتل وليشبع المزيد من شهوة الانتقام من شعب قهره على مدى أربعين عاماً، وثانيها لاشعال الانقسام الفلسطيني من جديد حول الشرعية والتمثيل خصوصاً أن القرار نفسه صدر يوم انتهاء ولاية الرئيس الفلسطيني القانونية مما يفسح المجال لمزيد من الجدل والخلاف والصراع بين القوى الفلسطينية، وثالثها أن يخفف القرار قليلاً من اللوم عن إدارة بوش الراحلة مع امتناعها للمرة الاولى عن استخدام الفيتو ضد قرار دولي يخص الكيان اليهودي، وأن يخفف كثيراً عن إدارة أوباما القادمة التي لا تخفي أوساطها أن عند الرئيس الجديد الصامت حتى الآن، كأبي الهول، كلاماً كثيراً يقوله حول حرب غزة. كان الاعلام صديقاً وفياً في الماضي لأهل الحرب في تل أبيب وواشنطن، وبات اليوم عدواً لدوداً محرجاً فماذا تغيّر أهو الاعلام نفسه أم أنه الوهن الذي بدأ يتسلل إلى البنيان اليهودي نفسه الذي يأبى أصحاب هذا البنيان الاقرار به حتى الآن.

الصحافة بعد الذهب:

من أبرز وسائل الإعلام الإسرائيلي الصحافة ، حيث تحتل الصحافة الإسرائيلية مركز الصدارة بين وسائل الإعلام والدعاية في إسرائيل ، فقد أدركت الصهيونية خطورة هذه الوسيلة ودورها في تكوين وتوجيه الرأي العام فعمدت إلى استغلالها والسيطرة عليها في أماكن كثيرة من العالم وتوجيهها الوجهة التي تخدم مصالحها.

وهو ما أكده الحاخام اليهودي Rerichornr في اجتماع سري أعده اليهود في مدينة براغ سنة ١٨٦٩ بقوله : إذا كان الذهب هو القوة الأولى فإن الصحافة هي القوة الثانية، لكن الثانية لا تعمل من غير الأولى ، وعلينا بواسطة الذهب أن نستولي على الصحافة، وحينما نستولي عليها نسعى جاهدين لتحطيم الحياة العائلية والأخلاق والدين والفضائل .

وقد استطاعت الصهيونيةعن طريق الصحافة التغلغل والتسلل إلى الحكومات الغربية،إضافة إلى تغلغلها في المنظمات والتشكيلات السياسية والاجتماعية ومراكز النفوذ والقوى الضاغطة وتشير الإحصاءات إلى أن الصهيونية تمتلك ما يقرب من ١٠٣٥ صحيفة ومجلة على مستوى العالم منها ٢٥٤ في أمريكا وحدها و١٥٨ في أوروبا و٣٢ في أفريقيا، وتعتبر الصحافة اليهودية أوسع شبكة صحفية تصدرها مجموعة بشرية في العالم. بالإضافة إلى سيطرة اليهود على أكثر وكالات الأنباء العالمية ، كما يتغلغلون في جميع وكالات الأنباء الوطنية في أمريكا ودول أوروبا الغربية .

الإعلام والجيش الإسرائيلي:

ان الدعاية الإسرائيلية ووسائلها عامة تابعة للجيش ، شأنها في ذلك شأن مجتمع إسرائيل الذي يستمد وجوده واستمراره وأمنه من إنجازات الجيش وعلى هذا الأساس فقد وضع الجيش الإسرائيلي برامج التدريب الإعلامية للتوجه الثقافي منطلقاً من مبدأين أساسيين :

أولهما : إعداد المواطن الإسرائيلي كجندي.

وثانيهما: عدم التمييز قدر المستطاع بين إعداد هذا المواطن للعمل في الجيش أو في الدولة؛ إذ عمله في الدولة في واقع الأمر مكمل لعمله في الجيش .

ويتكون فرع التوجيه الثقافي الذي يتبع مباشرة رئيس الأركان من ثلاثة أقسام هي : قسم الترفيه ، وقسم التعليم وقسم الإعلام، ويهيمن قسم الإعلام على بقية الأقسام إذ انه يضطلع بتحقيق التناسق في جيش الدفاع الإسرائيلي .

ومن واجباته التشديد على بعض القيم المعممة لتوجيه العمل التربوي والثقافي والأيديولوجي في الجيش ومن أهم وسائل الإعلام في إسرائيل ما يلي :

١. محطة الجيش الإسرائيلي :وهي محطة الإذاعة الوحيدة في إسرائيل التي لا تتبع مكتب رئيس الوزراء كباقي الإذاعات لكنها تتبع رئيس هيئة الأركان العامة .وقد تأسست إذاعة الجيش الإسرائيلي عام ١٩٥٠ لإبعاد الجيش عن السياسة أي جعل الجيش فوق التوجهات الحزبية ومنع المؤثرات الحزبية من الوصول للجنود .

ومن أهم وظائف إذاعة الجيش الإسرائيلي : الدعاية لجيش خالص الولاء للصهيونية العالمية ومشروعها الاستيطاني وللدين اليهودي ، والعرق اليهودي ، كشعب مختار من الله ، بالإضافة لتحقيق شيء من التسلية للجنود من خلال إرسال التحيات إلى الجنود من أسرهم وأقاربهم.

٢. الحاخامية العسكرية : حيث يعتبر الحاخامات رجال الدين اليهودي من أهم وسائل الإعلام المجندة في الجيش الإسرائيلي والحاخامية في الجيش الإسرائيلي إدارة مستقلة تتبع مباشرة رئيس هيئة الأركان ، وهي لا تقوم فقط بالرقابة على احترام حرمة الأركان وهي السبت وغيرها من الشعائر الدينية بل تقوم بدور إعلامي دعائي توجيهي تربوي في صفوف الجيش الإسرائيلي .

ويعتبر رجال الدين اليهودي الحاخامات دعاة حرب لتبرير أي عدوان إسرائيلي ومباركته، ومسح القلق والشعور بالذنب لدى الفرد الإسرائيلي ؛ بالإيحاء للجندي الإسرائيلي بأنه من خلال العدوان إنما ينفذ تعاليم التوراة والتلمود ففي عام ١٩٥٦على سبيل المثال قدم الحاخام الأكبر في إسرائيل نسخة التوراة إلى قائد العدوان الصهيوني على سيناء ، وخاطب الاحتلال الصهيوني بقوله: إنكم تدخلون تراباً مقدساً لأن في هذه الأرض سيناء تسلم موسى معلمنا الكتاب ٠

كما تقوم الحاخامية العسكرية الإسرائيلية بتنمية أسس العقيدة الدينية في القوات الإسرائيلية ، وتقيم الطقوس والتقاليد والعبادات بصورة مستمرة ودقيقة ويوجد داخل كل كتيبة في الجيش الإسرائيلي حاخام خاص بها يدير الوعظ والإرشاد انطلاقاً من مفهوم العنف الإسرائيلي .

ويدخل الحاخام الحرب مع أفراد الكتيبة ومهمته الأساسية شن حملة الكراهية والحقد ضد العرب وعلى الصعيد الأمريكي حرض إعلام الصهيونية العالمية يهود أمريكا على التسلل إلى مراكز النفوذ والقوى في الحياة الأمريكية ، حيث قامت إسرائيل بعد كسب ولاء غالبية يهود أمريكا برسم خطة ذكية لإيصالهم إلى قلب مراكز النفوذ في البيت الأبيض ووزارتي الدفاع والخارجية والمخابرات وأروقة الكونجرس ، إلى جانب تكثيف وجودهم في المؤسسات والتنظيمات العمالية والإعلامية والسيطرة على مراكز البحوث والدراسات .

وبذلك أمكن لإسرائيل الإطلاع على أسرار الحكومة وأجهزة الأمن القومي، والتعرف على توجهات رجال الكونجرس والرأي العام الأمريكي ،واستخدام تلك المواقع لإبراز وجهة نظرها وكسب دعم أمريكي اقتصادي وسياسي وعسكري لقضاياها ونتج عن نجاح الصهيونية العالمية في الوصول إلى المراكز المهمة في أجهزة الإعلام والمؤسسات الحكومية الأمريكية اهتمام الإعلام الأمريكي بإسرائيل وأخبارها وتطورات صراعها مع شعوب وحكومات المنطقة العربية، وقد أدى اهتمام الإعلام الأمريكي بإسرائيل إلى جعلها أكثر دول العالم قرباً من حياة الفرد الأمريكي .

الباب الخامس
السيطرة والنفوذ وأثرهما

السيطرة على وسائل الإعلام العالمية:

كانت الشخصية اليهودية الكريهة مثال التندر والتهكم في المجتمعات الأوربية قاطبة وكان الشعراء والأدباء يكرسون كراهية الناس لشخصية اليهودية في الكثير من شعرهم وانتاجهم الأدبي وكانت رواية تاجر البندقية أبرز مثال على ذلك فكيف نجح اليهود في غسل دماغ الرأي العام العالمي؟ خاصة الأمريكي والأوروبي وتغير صورة اليهودي في نظرة من ذلك الإنسان البخيل الخبيث الماكر سفاك الدماء الأناني الجبان إلى صورة الإنسان الذكي الشجاع العبقري المثابر المخترع العالم الطموح؟لابد أن نجاح اليهود في ذلك لم يكن صدفة إنما حصيلة سنوات قضاها اليهود في التخطيط فقد رأوا أن أنجح وسيلة لتجميل صورة اليهودي في أعين الناس هي السيطرة على وسائل الإعلام العالمية ففي عام ١٨٦٩م عبر الحاخام اليهودي راشورون في خطاب ألقاة بمدينة براغ عن شدة أهتمام اليهود بالإعلام قائلاً إذا كان الذهب هو قوتنا الأولى للسيطرة على العالم فإن الصحافة ينبغي أن تكون قوتنا الثانية وفى المؤتمر الصهيوني الأول أبدى المجتمعون أن مخططهم لإقامة دولة إسرائيل لن يكتب له النجاح إذا لم تتم السيطرة على وسائل الإعلام خاصة الصحافة سيطرة تامة لذا فقد جأء في البروتوكول الثاني عشر من سفهاء صهيون قولهم (سبق ذكر ما قالوا) وعلى الرغم من الجهود المضنية التى بذلها اليهود فإنهم فشلو في تحقيق نجاح حاسم في هذا المجال خلال العقود الأربعة الأولى من القرن العشرين

فقد كانت صورة اليهودي الجشع البشع متأصلة في أفكار الناس وضمائرهم لكن سرعان ما هبت الرياح لصالحهم عندما بدأت حملة هتلر النازية في مطاردة اليهود فطفقت وسائل الإعلام الواقعة تحت السيطرة الصهيونية تضخم الأمور وتنشر روايات مرعبة عن مذابح جماعية ضدهم وتنسج قصصاً رهيبة عن أفران الغاز التى زعموا أن هتلر كان يحرقهم فيها وأمتلأت صفحات الصحف بمئات الصور ليهود تحصدهم رشاشات هتلر أو ليهود يساقون إلى أفران الغاز وكانت وسائل الإعلام الصهيونية تركز على صور النساء والأطفال وتتعمد أن تبرز معالم الخوف والهلع بادية على وجوههم لاستدرار عطف الجماهير الأوروبية والأمريكية عليهم بوجة خاص والعالم بوجة عام كما لم تتوان الصهيونية فى اتهام هتلر بأنه عدو للسامية وقدمت حملة هتلر النازية لهم خدمة كبيرة ما برحوا حتى يومنا هذا يقطفون ثمارها حيث كانت المدخل لكسب عواطف الأوروبين والأمريكين ومشاعرهم وكان من ثمار ذلك أن نجحوا في:

١. تحويل مشاعر الرأي العام العلمي خاصة الأوروبي والأمريكي من الشعور بالذنب تجاة اليهود إلى الميل نحوهم٠

٢.تطوير المشاعر لتتقبل أي مشروع لتوطين اليهود في فلسطين ٠

٣. تحويل المشاعر إلي تعاطف مطلق مع اليهود دون أي أعتبار لشعب فلسطين.

وينبغي أن نُشير إلى أن الحملة الإعلامية اليهودية لتجميل الوجه اليهودي البشع كانت تواكبها في نفس الوقت حملة إعلامية أخري لتبشيع الوجة العربي أمام الرأي العام العالمي والهدف من وراء ذلك هو اقناع الرأي العام العالمي بأن العربي هو عدو تاريخي للحضارة النصرانية ومن ثم يسهل على اليهود بعد ذلك إقناع الرأي العام العالمي بالوقوف إلى جانب اليهود في أي صراع مع العرب ولقد نجح اليهود في غسيل دماغ الرأي العام العالمي وتجميل صورة اليهودي في أعين شعوب أوروبا وأمريكا وتحقق الحلم تماماً عن طريق السيطرة على وسائل الإعلام العالمية على النحو التالي:

أولاً:.السيطرة الصهيونية على وكالات الأنباء العالمي

ثانياً السيطرة الصهيونية على الصحافة العالمية

١. اليسطرة على الصحافة البريطانية

٢.السيطرة على الصحافة الأمريكية

إن الفكر السياسي اليهودي يعرف تماما أهمية الإعلام لغسيل العقول ثم غسيل الأوطان ولم يكن من الصدفة أن كان أول ثلاث وكالات للأنباء في العالم مؤسسوها يهود في بريطانيا وآلمانيا وفرنسا كما أن سيطرة اليهود على السينما والإعلام في الغرب وأمريكا مثال على ذلك لم تنبع من الصدفة، بل عن طريق التخطيط الجاد لأنهم يدركون أن السيطرة على الإعلام تمكنهم من التحكم في الحكومات والأفراد لخدمة أهدافهم حتى دون أن يدرو

كما أن اليهود عمدوا إلى إمتلاك العديد من مؤسسات الإعلام الكبيرة وكانت من بينها مركز صناعة السنيما في أمريكا هوليود وإنشاء صحف ومجلات وفضائيات لخدمة أهدافهم ومخططاتهم الخبيثة ولكن أين يكمن السر في إختيارهم للإعلام دون غيره؟.

في البروتوكول الثالث عشر من بروتوكولات سفهاء صهيون جاء التالي:علينا أن نلهي الجماهير بشتى الوسائل، وحينها يفقد الشعب تدريجياً نعمة التفكير المستقل بنفسه، سيهتف جميعا معنا لسبب واحد هو أننا سنكون أعضاء المجتمع الوحيدين الذين يكونون أهلاً لتقديم خطوط تفكير جديدة؟ وتشير أغلب الدراسات الحديثة إلى أن أنه من يسيطر الآن على الإعلام يسيطر على الوسط الأكثر قوة في العصر الحديث، بل وتزيد قوته على قوة الحكومات أحياناً ولقد أدرك اليهود أهمية ذلك مبكراً ونجحوا في السيطرة التامة على وسائل الإعلام في الغرب من سينما وصحافة وشبكات إذاعية وتلفزيونية وغيرها، ولقد كان ذلك واضحاً في البروتوكول الثاني من بروتوكولات حكماء صهيون حيث كُتِب من خلال الصحافة إكتسبنا نفوذاً ولكن أبقينا أنفسنا في الظل بذلك إستطاعوا السيطرة وتوجيه حكومات الدول سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة لخدمة أهدافهم، ولعلنا نذكر جميعا فضيحة الرئيس الأمريكي كلينتون التي كانت كل أطرافها من اليهود و كيف عالج الإعلام الأمريكي هذه القضية.

من أهداف السيطرة:

١- السخرية من الإسلام والمسلمون وإستعداء الغرب عليهم:

لم تكف السينما الغربية والأمريكية منها بصفة خاصة عن وصف العرب والمسلمين بأنهم مجموعة من الهمج والجهلة وإرهابيين ، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة لتصل أفكارهم إلى المشاهد الغربي وأحياناً للمشاهد العربي المسلم والجدير بالذكر أن النقاد الأمريكيون قد أعلنوا من قبل أن هوليود قد أنتجت ما يزيد عن ١٥٠ فيلماً يسخر من الإسلام والعرب والمسلمين منذ ١٩٨٦، وهاهي بعض الأمثلة لبعض الأفلام التي تناولت العرب والمسلمين بصورة سلبية جداً: فيلم قرار إداري بطولة ستيفين سيجال وفيه يقوم الإرهابيون (المسلمون) بخطف طائرة ركاب وتهديد من عليها بالقتل، ويظهر هؤلاء الإرهابيون وهم ملتحون ويتكلمون العربية فيما بينهم, فيلم أكاذيب حقيقية: بطولة أرنولد شوازنجروفيه يقوم الإرهابيون (المسلمون) بإطلاق صاروخ نووي على فلوريدا ,فيلم الحصار The Siege: وهو أسوأ فيلم صور المسلمين و العرب بأنهم إرهابيون، ولا يجب أن نندهش من ذلك خاصة أن الشركة المنتجة يملكها اليهود، وفيه يظهر المسلمون كوحوش لا تحركهم إلا الرغبة في القتل والتدمير بإسم الإسلام, فيلم طائرة السيد الرئيس Air Force One: يقوم المسلمون من جمهورية مسلمة واقعة في الإتحاد السوفيتي السابق بإختطاف طائرة الرئيس الأمريكي, فيلم درع الرب الجزء الثاني ويظهر العرب في هذا الفيلم بأنهم مجموعة من البلهاء, فيلم محاكمة إرهابي, فيلم رحلة الرعب وغير ذلك كثير.

٢- تصوير اليهود كأنهم قادة العالم ومنقذيه وأذكياؤه: لا يكاد يخلو أي فيلم أمريكي من اليهود، وغالباً ما يكون لهم دور محوري في الفيلم يحاربون الشر لنصرة الحق والعدل أو ذلك العبقري الفذ في مجاله الذي لا يستطيع أحد منازلته ومن بين هذه الأفلام: فيلم يوم الإستقلال الذي يقود العالم للإستقلال فيه يهودي من غزو الكائنات الفضائية، فيلم أمير مصر وهو فيلم كارتون أخرجه المخرج الصهيوني ستيفين سبيلبرج وقالت والدته بعد مشاهدتها للفيلم إنني الآن قد أنجبت نبياً يهودياً يمسك التوراة بيمناه والكاميرا بيده اليسرى، فيلم المومياء ويظهر الفراعنة وهم يتكلمون العبرية.

٣- نشر الإنحلال والفساد الخلقي: فقد ذكر في البروتوكول التاسع لقد أفسدنا الجيل الحاضر من غير اليهود ولقناه الأفكار والنظريات الفاسدة وفي البروتوكول السابع عشر لقد اعتنينا عناية عظيمة بالحط من كرامة رجال الدين، ونجحنا في الإضرار برسالتهم التي قد تكون عقبة في طريقنا لذلك لن نندهش إذا علمنا أن أغلب المواقع الإباحية في الإنترنت يملكها يهود، أما في مجال السينما فحدث ولا حرج عن آلاف من أفلام الإباحية التي أنتجتها هوليود، ولا يكاد يخلو أي فيلم تنتجه هوليود من مشهد إباحي أو أكثر وأيضاً إنتاج المئات من الأفلام التي تمس العقائد الدينية وتسخر منها ولعل أشهر تلك الأفلام الإغراء الأخير للسيد المسيح الذي عرض في أمريكا عام ١٩٨٨ ويظهر فيه سيدنا عيسى عليه السلام بصورة مشوهة ومادية.

٤- محاربة الإسلام: ويستخدم اليهود كل هذه الوسائلِ في تنفيذ خُطَطهم، وفي محاربةِ الإسلام، والإساءةِ إلى أهله، حتى في الإعلانات التجارية التي يسيطرون على وكالاتها العالمية؛ حيث يحاولون إظهار الرجل العربي فيها بصورة الهمجيِّ أو الأبله أو الغارق في شهواته وعن النفوذ الصهيونيِّ الواضح في سياسات دول أوروبا وأمريكا والكتلة الشيوعية؛فاليهود في بريطانيا قوَّةٌ كبيرة تسيطر على اقتصاد البلاد، وبنوكِها، وشركاتِها التجارية والصناعية، وما يحدث في بريطانيا يحدث في فرنسا وأمريكا؛ حيث سيطر اليهود على مجريات الأمور في السياسة الفرنسية والأمريكية،وهم يسيطرون سيطرة كاملة على الاقتصاد الأمريكي، وعلى التعليم، وعلى النقابات العمالية والمهنية وبلغ عدد المنظمات اليهودية والصهيونية في أمريكا حوالي ٣٤٠ منظمةً شرعيَّةً، وفي الاتحاد السوفيتي ومنذ الأيام الأولى للثورة الشيوعية استولى اليهود على السلطة، وانتقموا من الشعب الروسي، وكان أعضاء المجلس الشيوعي الذي حكم روسيا زمنَ ستالين سبعةَ عشَرَ، منهم أربعةَ عشرَ يهوديًّا.

ولليهود حضور إعلامي قوي وسيطرة على الكثير من وسائل الإعلام الأمريكية، فهم يملكون أو يديرون أهم ثلاث شبكات تلفزيونية أساسية هي أي بي سي وإن بي سي وسي بي سي ، ورغم أنه يوجد في الولايات المتحدة نحو ١٧٥٩ صحيفة يومية و٦٦٨ صحيفة أسبوعية، إلا أن اليهود يركزون على أهم الصحف المؤثرة،فلهم نفوذ قوي في أكثر الصحف اليومية توزيعاً وهما وول ستريت جورنال، والديلي نيوز، وهم يملكون نيويورك تايمز اليومية وهي أحد أشهر الصحف الأمريكية

أما جريدة الواشنطن بوست التي يرأس مجلس إدارتها اليهودي لاري يسرائيل،ويسيطر عليها اليهود منذ ١٩٣٣، فتكمن أهميتها في انتشارها في أوساط الأجهزة الحكومية حيث تحظى بتأثير قوي، ويمتلك اليهود أقوى مجلتين أسبوعيتين في أمريكا والأشهر على مستوى العالم وهما التايم، والنيوزويك، ويملك التايم اليهودي جون مئير، وتوزع ٤,٥ مليون نسخة أسبوعياً، أما النيوزويك فيسيطر عليها اليهود منذ ١٩٧٣ عندما اشتراها مالكوم ماير، ويرأس تحريرها اليهودي ليستر بيرنشتاين، ورئيس مجلس إدارتها ومديرها التنفيذي كلاهما يهوديان. كما يسيطر اليهود على أحد أهم مجلات الاقتصاد في العالم بزنس ويك فضلاً عن سيطرتهم على مجلات الدعارة والخلاعة مثل بلاي بوي وكيو.

قال موقع فيترانس توداي الأمريكي إن النظام العالمي الجديد والخطط الماسونية التي يقودها،يرغبان في السيطرة على العالم الجديد، بحجة التخلي تماماً عن الأديان وشن حرب باسم الإرهاب على الدين الإسلامي، مضيفاً أن الصهيونية تسيطر على وسائل الإعلام في محاولة لتوجيهها ضد الإسلام والمسلمين.

والصهيونية هي العنصر الرئيسي للمؤامرة ضد النظام العالمي الجديد لتدمير الإنسانية، فهي تسيطر على وسائل الإعلام في الولايات المتحدة وتسعى لتدمير الإسلام والمسيحية من خلال تشجيع صراع الحضارات، حيث إن تحالف العلمانيين المتطرفين يهدف إلى السخرية من الأديان ويضعها ضمن إطار حرية التعبير.

ووسائل الإعلام التي تسيطر عليها إسرائيل في الولايات المتحدة تساعد على إشعال الصراع، ويشير استطلاع للرأي إلى أن غالبية الأمريكيين يعتقدون أنه من المقبول السخرية من الإسلام وتسليط الضوء على المشاعر المعادية للإسلام وكراهيته، على نطاق أوسع في الولايات المتحدة.

ويلفت الموقع إلى أن المسح الذي قامت به صحيفة هفنجتون بوست الأمريكية يوضح أن ٤٦% من الأمريكيين يرون أن السخرية من الإسلام أمر مقبول، في حين يرى ٤٤% أن السخرية من المسيحية أمر غير مقبول، تلك النتائج توضح نجاح مشروع الإسلاموفوبيا الذي تروج له وسائل الإعلام في الولايات المتحدة وتوضح النتائح أن ٦٣% من الأمريكيين يرون ضرورة حماية حرية التعبير أهم من حماية المعتقدات الدينية، في حين حرم ١٩% السخرية من الأديان، و١٨% لم يأكدوا الأمر ويشير الموقع إلى أن الصحيفة الأمريكية أجرت الاستطلاع بعد الهجوم على الصحيفة الفرنسية شارلي ايبدو، في باريس الذي خلف ١٢ قتيل، موضحاً أن المجلة أثارت مشاعر المسلمين بسبب الرسوم المسيئة للنبي محمد.

ويرى الموقع أن وسائل الإعلام الأمريكية والغربية تحاول تمجيد حادث شارلي ايبدو لأستخدامه في الدعاية ضد الإسلام، ومحاولة التخلص من مقدسات المجتمع ووضع قيم جديدة بعيدة عن الأديان التقليدية ويختتم بقوله: تحاول وسائل الإعلام الترويج للقيم الفاسقة لتحل محل الدينية في المجتمعات الغربية، مثل الفجور واللواط وسفاح المحارم وتدمير حرية التعبير.

وهم يسيطرون على موانئ تصدير الأخبار، وعلى القسم الأعظم من وسائل الإعلام الجماهيرية، وعلى بعض وسائل الإعلام الضخمة نيويورك تايمز – واشنطن بوست – راديو كوربوريشن – أوف أمريكا... الخ ،ولديهم أكثر من ٣٠٠ صحيفة يومية، وأسبوعية، ودورية، والأهم من ذلك كله أنهم يملكون أهم وسيلة للضغط على هذه الصحف، وهي الإعلانات التي في معظم الأحيان تكون مصدر التمويل الرئيسي الذي يضمن بقاء هذه الصحف واستمرارها ولا تخلو صناعة السينما من تأثرها بآراء اللوبي الصهيوني ف ٥٩ % من الكتاب والمنتجين للخمسين فيلماً التي حققت اكبر إيراد مابين عامي ١٩٦٥ ـ ١٩٨٢ كانوا من اليهود وكذلك بعض وكالات الأنباء الضخمة التي لا تخلو من تأثير اللوبي الصهيوني عليها .

اليهود والصحف البريطانية:

سنأخذ بريطانيا مثلاً للتغلغل الصهيونى فى الصحافة الأوروبية ففي بريطانيا يسيطر اليهود على عشرات الصحف مثل التايمز، والصنداي تايمز، ومجلة صن ومجلة ستي ماجازين، وغيرها، وقد نُشِرَت إحصائيَّةٌ عامَ ١٩٨١م تُشِير إلى أن مجموع ما توزِّعه كل يوم ١٥ صحيفةً بريطانيةً واقعةً تحت السيطرة الصهيونية - في بريطانيا وخارجَها - يبلغ حوالَي ٣٣ مليون نسخة ، ويُشرِف على توزيع هذا العدد من الصحف حوالي ١٧٠٠ شركة توزيع يسيطر اليهود سيطرة كاملة على نِصفِها، وسيطرة أقل على النصف الباقي.

ففي مجال وكالات الأنباء :

- رويترزمؤسسها اليهودي جوليوس رويتر

- أسوشيتد برس تأسست عام ١٩٠٠ من صحف ومجلات أمريكية معظمها في يد اليهود

٢ وفي مجال الصحافة :

- صحيفة التايمز البريطانية اشتراها إمبراطور الإعلام اليهودي روبرت ماردوخ - صحيفة الصنداي تايمز البريطانية اشتراها اليهودي روبرت ماردوخ - مجلة الصن البريطاني اشتراها اليهودي روبرت ماردوخ - مجلة نيوز أوف ذا وورلد البريطانية اشتراها اليهودي روبرت ماردوخ - مجلة سيتي مجازين البريطانية اشتراها اليهودي روبرت ماردوخ - صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية اشتراها اليهودي أودلف أوش عام ١٨٩٦ - صحيفة الواشنطن بوست الأمريكية إدارة يهودية - صحيفة الديلي نيوز الأمريكية إدارة يهودية - مجلة التايم الأمريكية إدارة يهودية - مجلة النيوزويك الأمريكي إدارة يهودية - صحيفة لوفيجارو الفرنسية إدارة يهودية وسيطر اليهود كذلك مباشرة أو عن طريق غير مباشر على الصحف البريطانية التالية منذ تأسيسها:الديلي اكسبرس، النيوز كرونيكل، الديلي ميل، الديلي هرالد، المانشستر جارديان، يوركشاير بوست، ايفننج نيوز، ايفننج ستاندارد، الأبزيرفر، نيوز أف ذي ورلد، صنداي رفري، ذي بيبل، جون بول، صنداي ديسباتش، الأيكونوميست، الستريتد لندن نيوز، ذي سكتش، ذي شفير، ذي جرافيك.

هذا بالإضافة إلى خمسين جريدة ومجلة يومية وأسبوعية وشهرية يهودية خالصة تحمل أسماءها اليهودية صراحة.

وعن طريق الصحافة اليهودية البريطانية والدعاية التي تروجها وصل عدد كبير من اليهود إلى مجلس العموم البريطاني، وإلى مجلس اللوردات والمجالس البلدية والجمعيات الخيرية وسيطر اليهود على وسائل الإعلام الأخرى: الإذاعة والسينما، والمسارح والملاهي؛ ليؤمِّنوا من خلالها عملية تدمير أخلاق الشعب، وإخراجه من دينه وتحويله إلى قطيع أعمى يخدم اليهودية العالمية والصهيونية ويقول الأستاذ عبدالله التل أيضًا في هذا الكتاب ص ١٩٢- ١٩٣ ذاكرًا سيطرة اليهود على الصحافة في فرنسا تحت عنوان في ميدان الصحافة ومنذ بدأ التغلغل اليهودي في الحياة الفرنسية اتجه اليهود إلى العصب الخطير في الدولة، اتجهوا إلى الصحافة كما فعلوا في بريطانيا، وبمساعدة المليونير روتشيلد أسهموا في جميع الصحف الفرنسية، وفرضوا عليها رؤساء التحرير والمحررين المسؤولين عن الشؤون السياسية والاقتصادية، ولم يكتفِ اليهود بالسيطرة على الجرائد الفرنسية نفسها، وإنما أنشؤوا جرائد يومية خالصة ومجلات يهودية أسبوعية وشهرية بعضها يصدر باللغة اليهودية - يديش، لغة يهود أوربا - وبعضها باللغة الفرنسية، وقد بلغ عدد الجرائد والمجلات اليهودية الخالصة ٣٦، يضاف إليها الجرائد الفرنسية الكبرى التي سيطر اليهود على مقدَّراتها وأصبحوا بالتالي قادرين على توجيه سياستها لمصلحة اليهود أنفسهم وليس لمصلحة فرنسا

ولقد كان تأثير اليهود على الصحافة الفرنسية ومازال رهيبًا، فرض غشاوة كثيفة على عيون الفرنسيين؛ فلم يَعُد أحد منهم يرى إلا بمنظار كوهين وحاييم، ويكفي أن نذكر كيف استطاعت الصحافة الفرنسية اليهودية أن تجعل من البطل الفرنسي بيتان خائنًا، وأن تجعل من بلوم ومنديس فرانس وسوستيل وغيرهم رؤساء وزارات ووزراء يوجِّهون سياسة فرنسا.

٣ شبكات التليفزيون العالمية :- N.B.S. ليونارد جونسون اليهودي - C.B.S. لاري بيتش و يليام بيلي اليهود - A.B.C. أصاحبها ليوناردو جولدنش و تيد هيربيرتد و ألفرد سلفرمان اليهود - N.B.C.C. ليوناردو جروسمان و إيرفن سيجليش و براند تاتر يكوف اليهود - DISNEG. مايكل آيز و مايكل أوتفير و كاراتي شامير اليهود

٤ شركات وقنوات الأفلام والإنتاج الفني العالمية : ولاحظ معي الإمبراطورية اليهودية وسيطرتها على هوليود - شركة سونى جون بيترز اليهودي -- قناة MTV إمبراطور الإعلام روبرت ماردوخ اليهودي - شركة فوكس باري ديلر اليهودي وباقي الشركات التالية كلها في قبضة اليهود أيضا :- شركة تري - ستار TRISTAR - شركة كولومبيا - شركة مترو جولدن ماير - شركة وارنر - شركة بارامونت - شركة يونيفرسال.

اليهود والصحافة العراقية:

سنأخذ مثالاً واحداً على التغلغل اليهودى فى الصحافة العربية وهو الصحافة العراقية قال الأستاذ أحمد فوزي في كتابه: غرب أم غروب، قصة عبدالكريم قاسم المطبوع سنة ١٩٦١م ص ٩٦- ١٠٠: وهنا يجدر بنا أن نذكِّر أن اليهود كانوا طوال عِدَّة سنين هم المشرِفين الحقيقيين على الصحافة العراقية، وعلى أجهزة الدعاية لحكم نوري السعيد، باستثناء تلك الصحف القومية التي كانت تقف مناهضة لحكم نوري السعيد وطغمته فمنذ أن أحسَّ نوري السعيد بعد الحرب العالمية الثانية بضرورة إعادة النظر في أجهزة الدعاية من إذاعة وصحافة أجيرة رأى أن أفضل الأدوات بيَدِه هم الوكلاء في الطابور الخامس اليهودي، ففسَح المجال لهم وشجعهم،وأمدهم بالمعونة المادية والمعنوية ومن المؤسِف أن نرى عددًا غير يسير من الصحف العراقية أيام حكْم نوري السعيد قد خضعت لتوجيه مباشر من الوكلاء اليهود ويكفي أن نشير إلى أن نعيم قطان اليهودي كان قد سيطر لسنوات عديدة على صحافة الحزب الوطني الديمقراطي، والسيد كامل الجادرجي كان يعقد جلساته مع هذا اليهودي مساء كل يوم؛ لكي يتباحث وإياه حول المقال الافتتاحي لصحيفة الأهالي أو صوت الأهالي، وكان نعيم قطان بعد ذلك يضع النقاط الرئيسة للمقال بنفسه ليكتبها هو وأحد أعضاء الحزب أما السياسة الخارجية في الصحيفة الناطقة بلسان هذا الحزب، فكان يشرف عليها يهودي آخر هو مراد العماري.

وكان مراد العماري يدَّعي معارَضة الحكومة ومناوأة نوري السعيد ويعقد جلسات سرًّا مع خليل إبراهيم، مدير عام دعاية نوري السعيد، وكانت له اليد الطُّولى في إقامة جهاز الإذاعة والدعاية الذي ترأَّسه مُدَّة طويلة خليل إبراهيم، بالإضافة إلى أن هذا اليهودي كان ذا حَظْوَة واسعة في عدد كبير من الصحف الممالِئَة لحكم نوري السعيد.

وكان له حقٌّ الإشراف المعنوي على عدد غير يسير من الصحف، في طليعتها جريدة الزمان، لصاحبها توفيق السمعاني النائب السابق من نوَّاب نوري السعيد وصفي المهداوي اليوم.

واليهودي جاكسول المشرف على التايمس العراقية، وهو صديق حميم لمراد العماري الذي تعاون معه مؤخَّرًا لإصدار هذه الصحيفة واليهودي سليم بصون، الذي اشتغل في عِدَّة صحف مهمة في العراق، كصحيفة الشعب لصاحبها يحيى قاسم، وصحيفة البلاد التي أصدرها مؤخرًا ورثة روفائيل بطي ومن هنا يتَّضح أن الصحف الثرية المموَّلة، التي تمدُّها الحكومات الرجعية المتعاقبة بالمساعدات والمعونات كانت بيد نفر من اليهود، وكلاء الطابور الخامس الصهيوني في العراق أما ورق الجرائد فكان محتكَرًا بيَدِ صهيوني واحد هو دنكور وأولاده، وموزِّع الورق على الصحف هو اليهودي عزوري. أما المطابع فأكبر مؤسَّسة طباعة في العراق هي شركة الطباعة والتجارة المحدودة، لمؤسسها وحامل أكبر أسهمها الصحفي اليهودي أنور شاؤول المحامي، بالإضافة إلى وقوع جهاز الدعاية الرسمي تحت تأثير - بل توجيه- اليهودي مراد العماري الآنف الذكر.

السيطرة على صناعة السينما:

وفي كتاب الصهيونية والشيوعية ص ١٥٤- ١٥٥ بعنوان الشيوعية في هوليود: لا يمكن أن يتم البحث حول الشيوعية دون توجيه شيء من الاهتمام إلى مسرح هوليود؛ ففي السنوات الأخيرة القليلة كشفت لجنة النشاط غير الأمريكي التابعة لمجلس النواب ولجنة تني في كاليفورنيا النقاب عن بؤرة شيوعية خطرة في مستعمرة السينما وقد ألمحنا بإيجاز إلى العشرة من هوليود الذين حُكِم عليهم بالسجن لتحقيرهم الكونجرس، ولكن هناك مئات من اليهود ذوي المراكز الرفيعة في عاصمة السينما معروف أنهم موالون للشيوعية بينهم أصحاب الملايين من الممثلين والمديرين والمؤلفين والكتَّاب والمنظمين. سيطرَ اليهود على صناعة السينما والتلفزيون والمسرح والثقافة؛ حيث أنّهم يسيطرون سيطرة شبه تامة على شركات الإنتاج السينمائي، وتشير بعض الإحصائيات إلى أن أكثر من ٩٠% من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي: إنتاجاً، وإخراجاً، وتمثيلاً، وتصويراً، ومونتاجاً هم من اليهود كما يسيطر اليهود على شبكات التلفزيون الأمريكية، وهي أقوى الشبكات في العالم؛ حيث تقع في معظمها تحت نفوذ اليهود.

وصناعة السينما في هوليود تكاد تكون مشروعًا يهوديًّا بحتًا؛ فكل شركات السينما - ما عدا شركتين اثنتين - يمتلكها الآن ويديرها اليهود، وهاتان الشركتان هما: شركة فوكس - القرن العشرين، وشركة آر. كي. أو. R.K.O وكلتاهما أسسهما اليهود في أول الأمر وتولَّوا إدارتهما حتى ١٩٤٨م

حين ابتاع هوارد هيوز أسهمًا في شركة آر. كي. أو بقيمة ثمانية ملايين دولار، تقدر موجوداتها بمبلغ ١١٣ مليونًا و٦٣٨ ألف دولار، فصار له حق الإشراف على إدارة شؤونها أما شركة فوكس - القرن العشرين، فرئيسها يوناني الأصل ويدعى سبيروس سكواري وقال هنري فورد في كتابه اليهودي العالمي ص ١٦٢- ١٧٧ تحت عنوان سيطرة اليهود على المسرح والسينما: كان المسرح منذ عهد بعيد جزءًا من البرنامج اليهودي لتوجيه الأذواق العامة والتأثير على أفكار المجموع، ولا يحتل المسرح مكانة خاصة فحسب في برنامج تعاليم سفهاء صهيون وبروتوكولاتهم، بل إنه أيضًا الحليف المتأهِّب ليلة بعد ليلة، وأسبوعًا بعد أسبوع لكل فكرة ترغب السلطة العاملة وراء الكواليس في نشرها ولا يعتبر وجود المسرح حتى الآن في روسيا شيئًا عارضًا مع العلم بأن أشياء كثيرة قد اختفت فيها، ومع العلم أيضًا بأن المسرح فيها قد لقي التشجيع والدعم والإحياء من البلاشفة اليهود؛ لأنهم يعتقدون في المسرح كما يعتقدون في الصحافة على أنهما الدِّعامتان الرئيستان لعمليات تكييف الرأي العام وتوجيهه. ولا تقتصر سيطرة اليهود في أمريكا على ما يدعى بالمسرح، وإنما تتعدَّاه أيضًا إلى صناعة الأشرطة السينمائية التي هي الخامسة في الأهمية بالنسبة إلى الصناعة الأمريكية، لكن هذه السيطرة أدَّت إلى النتيجة الطبيعية في وقوف العالم المتحضِر موقف العداء من هذا التأثير الذي يسير في طريق التفاهة والإفساد الخلقي، الذي يفرضه هذا الشكل من أشكال التسلية بالنظر إلى الطريقة التي يدار بها حاليًّا وعندما تمكَّن اليهود من السيطرة على المشروبات الأمريكية برزت مشكلة المشروبات في البلاد

بما تحمله معها من نتائج جذرية مرعبة، وعندما تمكنوا من السيطرة على صناعة الأشرطة السينمائية ظهرت مشكلة السينما بما تحمله من نتائج تبدو واضحة للعيان.

كان المسرح لا يزال في أيدي غير اليهود حتى عام ١٨٨٥م؛ إذ بدأ في ذلك العام أول غزو للنفوذ اليهودي، ويتفق هذا التاريخ تقريبًا مع بداية الحركة التي هدفت إلى تنظيم اليهودية العالمية، وتنسيق جهودها للسيطرة على العالم والتي تسمى بالصهيونية، ولا ترمز هذه السنة إلى بداية الزحف اليهودي للسيطرة على المسرح فحسب، بل ترمز إلى شيء آخر أهم بكثير.

وليس من المهم أن يقال الآن: إن مديري المسارح والفِرَق الموسيقية هم من اليهود بعد أن كانوا في السابق من غيرهم، ولكن الأهمية تبدأ بالحقيقة الواقعة، وهي أن انحطاط الفن والأخلاق في المسرح قد رافق التبدُّل في طبيعة المديرين، وأن هذا الانحطاط قد ازداد شدة وعنفًا مع توسُّع السيطرة اليهودية وانتشارها وتعني السيطرة اليهودية أن المسرح الأمريكي، قد أفرغ بصورة منظمة ومتعمَّدة من كل عناصره المرغوبة، وأن العناصر غير المرغوبة قد مجدت لتحتل أرفع المكانات فيه ولقد انقضى العصر الذهبي للمسرح الأمريكي، وانتهى أمر كبار الممثِّلين دون أن يخلِّفوا وراءهم جيلاً صالحاً، فلقد سقطت اليد اليهودية على المسرح، ولم يعد يرحب فيه بالعبقريات الفطرية، إذ دخل عليه طراز جديد من العباد.

ولقد سُمع أحد المديرين اليهود يقول:إن شكسبير يوحي بالدمار، فمادَّته من النوع الذي لا دعارة فيه، وانحطَّت الأوبرات الساخرة إلى مناظر سريعة من الألوان والحركات مصحوبة بموسيقى الجاز الصاخبة والأقاصيص الفاسقة، ويتَّجه الاهتمام إلى الغرائب والأعاجيب والروايات الماجنة، واحتلت أقاصيص غرف النوم المكانة الأولى والمجيدة، وحلَّت محلَّ المسرحيات التاريخية التي يؤلف القسم الأهم منها جيش من الفتيات اللائي لا يتعدَّى ما يرتدينه ورقة التوت، وغدت المظاهر المميِّزة للمسرح الأمريكي المتدهور في ظل السيطرة اليهودية،الطيْش والشهوات الجنسية والانحطاط الخلقي والأمية المفزِعة وابتذال القول، ولقد أدخل اليهود على الفن المسرحي الكثير من الأناقة، ولكنهم انتزعوا منه جل الأفكار العميقة.

في يوم ٥ أبريل من عام ١٩٩٦ أدلى الممثل الأمريكي مارلون براندو في حوار له في برنامج أمريكي شهير لاري كينج شو الذي يعده لاري كنج بتصريح له على الهواء مباشرة وأعلن على الجمع قائلاً: اليهود يحكمون هوليود، بل إنهم يملكونها فعلاً،وإنقلبت أمريكا كلها على مارلون براندو،وإتهموه بالعنصرية ومعاداة السامية وإلخ، حتى إستسلم في النهاية لهذا الهجوم وأعلن أنه لم يقصد ما قاله، لكن العاصفة التي أثارها تصريحه لم تنتهي فلقد تسائل الكثيرون عن هذه السيطرة كما تم الكشف عن الكثير من الممثلين الأمريكيين اليهود وكان من بينهم: كيرك دوجلاس، مايكل دوجلاس.

وكان قد قاد حملة تبرعات لبناء عدة مستوطنات في الأراضي المحتلة، ديفيد دشوفني، آلان وودي، كريستال بيري، ساندرا بولوك، مارك فرانكل، جيف جولدبلوم ريتشارد جير، روبين ويليامز، هاريسون فورد، مارك فرانكل، آري مايرز، بول نيومان، ليوناردو نيموي، ماندي بتينكين، إليثابيث تايلور، مايكل ريتشاردز، رايزر بول، ستيفين سيجال، جوش سيلفر، ستيفين سبيلبيرج، جيري لويس، جون إستيوارد، باربرا سترايسند، ميل بروكز، جوليانا مارجوليز، بروس ويلز، سكوت وولف، هنري وينكلر، ياسمين بليث، إليثابيث شو، ألان ريكمان، دوستين هوفمان، كيفين كوستنر، بولا برينتيز، روبرت ريدفورد، جون بانر، روبرت دينيرو، ألان إلدا، مارت فيلدمان، شون ولاس، ديفيد شتاينبرج، جوي أدامز، كريستوفر لامبريت، مايكل ليمبيرك، كين أولين، بول نيومان، بيتر فولك، ريتشارد بينجامين، جون كولينز، وغيرهم الكثير ونظرا لخوف الكثير من اليهود من أن يأتي اليوم الذي يكتشف فيه أن هوليود قد وقعت تحت سيطرتهم، قام الكثيرين منهم بتغيير أسمائهم إلى أسماء مسيحية كنوع من أنواع التمويه، فمثلا غير ممثل السينما الأمريكي اليهودي إسمه فأصبح كيرك دوجلاس بدلا من إيزادور ديمسكي و هو إسم يهودي واضح، وغير نجم الكوميديا جيري لويس إسمه اليهودي و الذي كان يوسف ليفيتش، و لاري كينج بدلا من لاري تزيجر، و بوليت جودارت بدلا من بوليت ليفي، و جوي أدامز بدلا من يوسف إبراهيموفتش وهكذا.

وفي نيويورك حيث يكون مديروا المسارح من اليهود أكثر عدداً من أيِّ عدد لهم في القدس، فإن حد المغامرات المسرحية في ملكوت المحظورات يندفع إلى الأمام شيئًا فشيئًا وبينما ترى أن بيع المخدرات يعتبر عملاً غير شرعي نرى أن تقطير السم الأخلاقي في النفوس لا يعتبر كذلك، ولا ريب في أن أجواء المراقص وأماكن اللهو الليلية كلها من أصل يهودي ومن استيراد اليهود أنفسهم ولا تضم مونمارتر شيئًا من اللهو الداعر لا يكون في وسع نيويورك أن تخلق صورة عنه.

إن نفوذ أشرطة السينما في الولايات المتَّحدة وفي العالم بأسره واقع بصورة تامة تحت سيطرة اليهود الذين يوجهون العقل الإنساني ولقد غدا الجانب الأخلاقي من نفوذ السينما اليوم مشكلةً عالميةً، وكل مَن يملك إحساسًا أخلاقيًّا فعَّالاً مقتنع أشد القناعة بكل ما وقع وبكل ما يجب أن يحدث، فالعمل هو الذي يفسد الذوق بصراحة، ويحوِّله إلى التوحش، وهو الذي يحطُّ الأخلاق، ومن الواجب أن لا يسمح له بأن يكون قانونًا في حدِّ ذاته، لكن الجانب الدعائي من السينما يفصح عن نفسه بهذا الشكل المباشر إلى الناس، ولعل الدليل على أن السينما قد غدت من مؤسسات الدعاية الضخمة يقوم في تلهف جميع العقائد والمبادئ على جذبها إلى صفها، وهناك أدلة لا تُعَدُّ ولا تُحْصَى على أن المشرفين اليهود لم يتجاهلوا هذه الغاية منها ويمكن تصنيف الدعايات التي تلاحَظ حاليًّا تحت العناوين التالية:السكوت عن اليهود وإظهارهم بمظهر العاديين من الناس.

لا يظهر اليهود على المسرح أو على الشاشة إلا في أحسن الأوضاع المواتية بصورة غير عادية؛ حيث تهدف هذه الدعاية التي لم يحسن إخفاؤها عن السيطرة اليهودية على السينما إلى الإضرار بالديانات غير اليهودية.

لا يظهر الحاخام اليهودي على الشاشة مطلقًا إلا في أحسن الأوضاع الكريمة، فهو يرتدي ثياب تبعث المهابة والجلال في النفوس مما يتفق مع هيبة مركزه ويصور على أنه من أكثر الناس تأثيرًا على النظارة.

أما رجال الدين من المسيحيين كما يذكر جميع رواد السينما فيعرضون إلى مختلف أشكال الإساءة في التصوير، التي تنتقل من السخرية إلى الجريمة، ومثل هذا الموقف واضح كل الوضوح في يهوديته، والغاية هنا كما في أية تأثيرات على حياتنا خفية في مصدرها، وإن كان في وسع المرء أن يرجع به بسهولة إلى الجماعات اليهودية هي تحطيم كل فكر محترم أو موقَّر لرجال الدين إلى أقصى حد ممكن.

جاء في نشرة شهرية أصدرتها جمعية نشر المسيحية بين اليهود بتاريخ أبريل ١٨٤٦م أي: قبل أكثر من ١١٨ سنة ما معناه:إن الصحافة اليومية السياسية في أوربا واقعة إلى حد كبير تحت سيطرة اليهود، وإذا حاول أديب ما أن يجازف ويسعى للوقوف في طريق اليهود للاستيلاء على القوى السياسية فإنه سرعان ما يتعرَّض لهجوم إثْر هجوم من قِبَل الصحف الرئيسة في أوروبا وبتاريخ ٢٦ يولية ١٨٧٩ قالت صحيفة The Graphic اللندنية ما معناه: إن صحافة القارَّة واقعة إلى حد كبير تحت سيطرة اليهود[١].

ومنذ أُنْشِئت جريدة التايمز عجوز الجرائد البريطانية كانت مِعْوَل هدم بأيدي اليهود والحكومة اليهودية المستورة، تسير حسب المخطط الذي يرسمه شياطين اليهود من وراء ستار أو علنًا من غير خوف أو حياء، وأنشأ اليهود جريدة الديلي تلجراف،وفي سنة ١٨٥٥م اشتراها اليهوديان موزس ليفي وليفي لاوسن، وسارت الجريدة على خطة التايمز في خدمة اليهودية العالمية، ولم تخرج عن الخطة قَيْدَ شعْرة.

مؤسسات إعلامية يمتلكها أو إخترقها اليهود:

Cbs tv يرأسها اليهودي لاري تيش الذي قام بشراء أغلب أسهم هذه المحطة، و بعدها أصبح كل العاملين بهذه المحطة من اليهود، ABC ويملكها تيد هيرببرت، ليوناردو جولدنسن، ستو بولمبرج وهم جميعا يهود، NBC و يملكها ليونارد جروسمان، إيرفين سيجليشتين، براندن تاتريكوف وهم جميعا من اليهود، Disney ويرأسها مايكل آيسنر، مايكل أوتفيز وكاراتي شامب وجميعهم من اليهود، Sony Corp. شركة سوني للإنتاج الفني في أمريكا يرأسها جون بيترز، بيتر جربر وهم من اليهود، Columbia Pictures إشتراها جون بيترز، بيتر جربر والذين يسيطرون على شركة سوني، ويرأسها بيتر كاوفمان وهو يهودي، Tri-Star حدث لها ما حدث لشركة كولومبيا ، حيث قام هذان اليهوديان بشرائها لتكوين إمبراطورية إعلامية كبيرة في هوليود، MGM Metro-Goldwyn-Mayer

وتملكها أسرة ماير اليهودية، ويرأسها كيرك كوركوريان، فرانك مانشو، ألان لاد وهم من اليهود، MCA ويملكها ويرأسها لو ويسرمان وهو يهودي، Universal Pictures ويملكها ويتحكم فيها اليهود بنسبة ١٠٠ % ، ويملكها أيضا لو ويسرمان، ويرأسها سيدني شاينبرج وتوماس بولاك وهم من اليهود، Fox TV يملكها اليهودي باري ديلر، th Century Fox٢٠ ويرأسها اليهودي بيتر شيرنين، Paramount Comm ويرأسها مارتن دافيز وهو يهودي، WARNER BROSS وتملكها أسرة وارنر اليهودية ، ويرأسها اليهوديان جيرالد ليفين، ستيفين روس، MTV و يرأسها زومنر ريد ستون وهو يهودي، EMI Records ويرأسها اليهودي شارلز كوبلمان، Capitol Records و يرأسها جاري هيريش، كما لا ينبغي أن ننسى إمبراطور الإعلام اليهودي روبرت ماردوخ الذي يملك أغلب إستوديوهات التصوير في هوليود.

أثر سيطرة اليهود والتأثير فى الجمهور:

بدراسة أنواع التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام كشكل من أشكال الإتصال الجماهيري على الأفراد والجماعة نجد :

النوع الأول : تغيير الموقف:

المقصود بهذا النوع من التأثيرات قدرة وسائل الإعلام من خلال ماتنشره وتبثه من مواضيع على تغيير نظرة وموقف وإتجاه الناس إلى العالم سواء على مستوى الأشخاص أو القضايا ، أو على مستوى السلوك والقيم

إذ نجد الأشخاص بناء على ما يتلقونه من مضامين وسائل الإعلام سواء أكانت صحيحة أو مشوهة أو حتى مكذوبة وشائعة فإنها تؤثر فيهم ، وتستطيع تغيير منحى موقفهم إذا صح القول ، لأنهم أصبحوا يتعرضون لها وحدها بطريقة الإدمان

النوع الثاني : تغير المعرفة:

ومعنى هذا النوع من التأثيرات كون وسائل الإعلام لها القدرة والإستطاعة في أن تؤثر في التكوين المعرفي للأفراد ، وذلك يتم من خلال عملية التعرض الطويلة المدى لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات فتقوم بتوجيه معارفنا حسب المنحى الذي تريده فتغير في أسلوب ونمط وطريقة تفكير الفرد.

النوع الثالث :التنشئة الإجتماعية:

ويعني هذا النوع من التأثيرات أن كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأه لا يخلو من هدف بل هو مشحون بالقيم ، وهذا هو الذي يعرف بالتنشئة الإجتماعية فيعمل على تلقين المُستقبل مجموعة من المعارف لتشكيل الهوية الثقافية فالتعرض المستمر للرسائل الإعلامية المشحونة بالقيم ، إذ تُعرض بقوالب جذابة تسمح لها بالتسلل إلى اللاشعور لتشكل إتجاهاً معيناً دون وعي كامل من المتلقي فليس هناك أخبار محايدة ولا ترفيه بريء بل كلٌ يحمل في طياته وبين سطوره كثيراً من القيم الخفية التي يراد ترويجها إلا أنها لا تُقبل في العلن بل تقابل بالرفض فيُلجئ إلى هذا الأسلوب المغلف ، ليظهر أثر هذه القيم على المتلقي عبر المدى البعيد .

النوع الرابع : الإثارة الجماعية:

وتسمى أيضاً ، وسائل الإتصال الجماهيرية ، وهي من أهم خصائص وسائل الإعلام لمقدرتها على إثارة الجماهير وتحريكها لتحقيق غرض معين عن طريق تكييف الجماهير معه ، في الحروب مثلا ، وفي حالة الكوارث الطبيعية إلا أن من سلبيات هذا النوع من التأثيرات سوء إستخدامه في المناسبات ، مثل صنع وسائل الإعلام قلقاً معيناً بلا مبرر له في أوساط الناس (مثلا انفلوانزا الخنازير إذا كانت غير موجود) ومن أحسن الأحوال لإستخدام الإثارة الجماعية حالات الكوارث الطبيعية والأوبئة وتسمى بفن إدارة الأزمات ، أي مخاطبة وتكييف فئة عريضة من الناس مع ظروف الأزمات .

النوع الخامس : الإستشارة العاطفية:

يكمن دور وسائل الإعلام في عملية الإستشارة العاطفية ، في كون النفوذ القوي للعواطف الذي يسيطر عل سلوك الإنسان ، هو الذي يمنح وسائل الإعلام هذه المكانة والفرصة الكبيرة في التأثير على المتلقي . فوسائل الإعلام تتمتع بقدرة متفوقة على التعامل مع عواطف الإنسان من خلال إستخدام أساليب عرض مختلفة ومثال على هذا : أن وسائل الإعلام تستطيع أن تجعلنا نتعاطف مع الضحية ضد المجرم من خلال ما تعرضه وتبثه من مسلسلات وأفلام ، وقد يؤدي بنا الأمر أحياناً إلى أن نبكي معها حينما نتعرض لمشاهد المعاناة والألـم .

ولاشك أن عملية الاستثارة العاطفية من خلال وسائل الإعلام يمكن أن تكون سيئة، بل وخطيرة حينما تتم من خلال إستخدام معلومات كاذبة ومغلوطة .

النوع السادس : الضبط الإجتماعي:

يتجلى دور وسائل الإعلام في عملية الضبط الجماعي من خلال قيامها بتوحيد الناس على ثقافة واحدة يصبح الخروج عنها أمراً صعباً ولا وجود له معنى، حيث تصبح مع مرور الوقت عرفاً وتصبح جزءاً من ثقافة المجتمع ، حيث أصبحت وسائل الإعلام هي التي تحدد للناس ما يصلح وما لا يصلح من خلال الإعلان عن آراء معينة ، والتكتيم على أخرى ، فيخلق ذلك عند الناس ما يشبه العرف الذي يُقبل ويتّبع ويُحذر من مخالفته .

النوع السابع : صياغة الواقع:

تؤثر وسائل الإعلام من هذا الباب عبر قيامها بعرض جزء صغير من حقيقة الواقع ، ليبقى في أذهان الجمهور على أنه هو الواقع الحقيقي الكامل وبذلك تعمل على صياغة الواقع حسب الرؤية التي تريدها ، وتعمل أيضاً على صياغة نمط حياة من صنعها لتقدمه للناس على أنه هو الواقع المثالي وتوحي للجمهور بتقليده عبر نشر صورته الإيجابية الجميلة فقط فتختزل كل تفاصيل الحقيقة في هذا الجزء الصغير الذي تم عرضه فقط .

النوع الثامن : تكريس الأمر الواقع:

وهي عكس صياغة الواقع فوسائل الإعلام تعمل على تزكية ما هو قائم و تكريس ما هو موجود ، فتجعل الجمهور يقبله دون نقاش ، فإقرار الأمر الواقع وتبريره وتقديم مسوّغ له من قبل وسائل الإعلام يعمل على صنع رأي عام شبه موحّد ، فلا يمكن لأي شخص أن يثير تساؤلاً حول صحة ما يجري .

من يدفع للمزمار، يسمع اللحن الذي يريده عبارة أجازت وصف وسائل الإعلام في العالم أجمع، فمالك الوسيلة هو من يدفع لفرض اللحن على المتلقي، كما أن الإعلام هو من يتحكم فيما يجب أن يسمعه المشاهد من وجهة نظر القائمين عليه سواء فيما يتعلق بالدولة أو المواد الفنية المختلفة.

ويوجد ست شركات عملاقة تسيطر حالياً على ٩٠% أو أكثر من شركات صناعة الإعلام في سائر أنحاء العالم بالإضافة إلى مجموعة من أباطرة الإعلام الذين يمتلكون عدد من الشبكات الفضائية في العالم العربي وقبل أعوام مضت، كانت حوالي ٥٠ شركة تسيطر على الإعلام العالمي، ولكن بمرور الوقت اتجهت هذه الشركات للاندماج وتكوين إمبراطوريات عالمية لها نفوذ واسع ومصالح سياسية تؤثر في برامجها ومواقفها التحريرية التي تتخذها وسائلها، فهذه الشركات تمتلك أنشطة إعلامية مختلفة في صناعات السينما والألعاب والإعلام بكل أنواعه.

محاولة إختراق الإعلام العربي:

عندما تمكن اليهود من السيطرة على الإعلام في الغرب عامة وأمريكا خاصة انتقل الصهاينة للتغلغل فى الإعلام العربي فأسسوا قناة ناطقة بالعربية تحت إسم الفضائية الإسرائيلية وهذه القناة تعكس قلق وأزمة الصهيونية لأن الكيان الصهيوني استشعر الخطر من إستيقاظ الشعب العربي و الأمة الإسلامية وأنها أصبحت واعية فبعد أن إنفض الجمهور عن أفكار الإستسلام والتطويع وحلت مكانها ثقافة الإستشهاد والمقاومة جاءت هذه القناة لتحاول إعادة هذه الأفكار الإنهزامية الإستسلامية إلى الأذهان والهدف الأول الذي رسم لهذه القناة هو الرد على الصورة التي أحدثتها الإنتفاضة وتشويه الأخبار الواردة من فلسطين المحتلة ولتلميع صورة جيش الإرهاب وكسر التأييد الذي كسبته الإنتفاضة ويصرف الكيان الصهيوني على هذه القناة حوالي ١٨ مليون سنوياً كما أنه إستأجر مكتب العلاقات الأمريكية بحوالي ٢٠٠ مليون دولار سنوياً لتلميع صورته في الغرب كما سخر وسائل إعلام أخرى لخدمة نفس الأهداف مثل إذاعة صوت أمريكا وإذاعة سوا كما أن هذه القنوات لم تدخر جهداً في جلب المشاهدين ببث أغاني عربية من هذا الجيل وتقدم نشرات أخبار وأفلام ومباريات كرة القدم وعندما كان البث الفضائي لمباريات نهائيات كأس العالم ٢٠٠٢ في اليابان وكوريا ذو تكاليف مرتفعة كنا نجد هذه المباريات منقولة على الهواء مباشرة بتعاليق وتحاليل عربية موجهة إلينا لجلب عقول شبابنا لمتابعة مثل هذه القنوات.

الإعلام اليهودي وقيادة أمريكا:

لا شيء أقوى أثرًا في تحريك الشعوب وتوجيه السياسات من تغيير الفكر! والإنسان قد يتحول من أقصى اليمين إلى أقصى الشمال بمعلومة يعرفها، أو لكلمات يقرؤها، أو لخطبة يسمعها، وهذا التحول قد يكون إيجابيًّا، وقد يكون سلبيًّا؛ تبعًا للكلمات التي يتلقاها ولقد تحوَّل العرب الجفاة الغلاظ إلى بناة حضارة، وقادة عندما سمعوا كلمات القرآن الكريم، وعلى النقيض من ذلك، فإن قوم فرعون ليتبعونه في جهنم لأنهم سمعوا كلماته، ولم يلتفتوا إلى كلام النبي الكريم موسى عليه السلام ولقد أدرك اليهود قيمة التغيير الفكري في تحريك الشعوب، فعملوا على استعمال هذه السياسة في كل تاريخهم، وما أكثر الشائعات الباطلة، والتعليقات المزوَّرة التي حاربوا بها رسول الله ص وصحابته منذ الأيام الأولى لدعوة الإسلام وما زال اليهود إلى زمننا الآن يستخدمون نفس السياسة، وإن كان خطرهم قد أصبح أشدَّ،وأثرهم صار أعمق؛ لقوة الآلة الإعلامية في زمننا من ناحية،ولغياب الإعلام المضاد الذي يصحِّح المفاهيم، ويردُّ على الإشاعات والأباطيل.

وبدا أثر الإعلام اليهودي واضحًا جدًّا في الضغط على أمريكا لتغيّر من سياساتها، وتحوّل من مسارها تبعًا لرغبات اليهود، حتى لو كان هذا التحوُّل في كثير من الأحايين ضد المصلحة الأمريكية ذاتها والذي يُراجع تاريخ اليهود في أمريكا يجد أن اهتمامهم بالإعلام كان كبيرًا جدًّا، منذ الأيام الأولى لهم في هذا البلد الجديد

فقد هاجر اليهود إلى أمريكا للمرة الأولى في أعداد قليلة من أسبانيا والبرتغال، بعد اكتشاف أمريكا وتعرض اليهود للاضطهاد فيهما بعد سقوط الأندلس الإسلامية فقد كان الصليبيون الأسبان والبرتغال يضطهدون كل المخالفين لهم في العقيدة، سواء كان من المسلمين أو اليهود ثم كانت الهجرة الثانية من ألمانيا بعد عام ١٨٤٠م، وأخيرًا كانت الهجرة الرئيسية لهم من أوروبا الشرقية بعد عام ١٨٨٠م، وهذه الهجرة الأخيرة هي الهجرة التي خططت للسيطرة على الأمور في أمريكا، وكانت هذه السيطرة عن طريق عدة أمور، يأتي في مقدمتها الإعلام ثم المال ثم الدين.

هاجر اليهود إلى أمريكا ومعهم أموال ضخمة لأنهم يعشقون التجارة ويهتمون بالكنز، ولكنهم لم يركزوا اهتمامهم على المشاريع التجارية فقط، إنما اهتموا اهتمامًا كبيرًا بالإعلام ولم ينظر اليهود إلى صحيفة صغيرة ينشئونها أو وسيلة بدائية من وسائل الإعلام، بل توجهوا إلى أوسع الجرائد الأمريكية انتشارًا، وهي جريدة النيويورك تايمز، التي بدأت عملها في سنة ١٨٥١م، لكنها كانت تعاني من بعض المشاكل المالية في أواخر القرن التاسع عشر، فعرض اليهوديُّ النشط أدولف أوكس شراء الصحيفة الشهيرة، وتم له ذلك بالفعل، وصارت جريدة النيويورك تايمز من هذه اللحظة وإلى الآن جريدة يهودية صِرفة! أما صحيفة الواشنطن بوست فهي الجريدة التي تؤثر تأثيرًا مباشرًا في السياسة الأمريكية، وهي التي يحرص على قراءتها يوميًّا كبار الموظفين في الحكومة الأمريكية.

وهي صاحبة التأثير المباشر في الانتخابات الأمريكية، سواء الخاصة بالرئاسة أو الكونجرس أو المحليات وكانت هذه الجريدة تُدار من خلال أسرة ماكلين المحافظة، ولم تكن تسير بشكل واضح مع قضايا اليهود؛ مما دفع المعلنين اليهود إلى سحب إعلاناتهم من الواشنطن بوست وتوجيهها إلى صحف واشنطن الأخرى، وهذا أدى مع مرور الوقت إلى إفلاس الواشنطن بوست نتيجة منافسة الصحف الأخرى، وكان ذلك سنة ١٩٥٤م، فتقدم اليهودي يوجين ماير لشراء الصحيفة بمبلغ زهيد نسبيًّا، وتم له ما أراد، وعادت الإعلانات اليهودية إلى الصحيفة الشهيرة، وصارت بذلك أقوى الصحف السياسية في أمريكا صحيفة يهودية.

وما ذكرناه عن صحيفتي نيويورك تايمز والواشنطن بوست ينطبق على صحيفة وول ستريت التي تعدّ أكثر صحيفة يومية تجارية توزيعًا في أمريكا، حيث تُوزَّع أكثر من مليوني نسخة يوميًّا، وهي مملوكة لليهودي بيتر كان أما أكثر المجلات الأمريكية توزيعًا فهي مجلات التايم والنيوزويك والنيوز آند وورلد ريبورت، وكلها مجلات يهودية وليس الاهتمام اليهودي بالإعلام عن طريق الصحافة فقط، لكنهم أيضًا يهتمون بكل وسائل الإعلام الأخرى، فهم يسيطرون بشكل كامل على ثلاث شبكات تليفزيونية تنتج الأكثرية الساحقة من مواد التسلية الأمريكية، وتمثل المصدر الرئيسي للأنباء للأمريكيين، وهذه الشبكات هي NBC وCBC وABC. ولا يخفى على أي متابع لهذه القنوات الصبغة اليهودية الواضحة.

أما في مجال نشر الكتب فاليهود يملكون الشركة الثانية على مستوى أمريكا، وهي شركة سيمون وشاستر ويملكون كذلك الشركة الثالثة، واسمها تايم وارنر تريد جروب كما أنهم يسيطرون على عدة مواقع مهمة في الشركة الأولى على مستوى أمريكا،وهي شركة راندوم هاوس

ومجال إنتاج الأفلام فيقع تحت سيطرة يهودية شبه تامة، وليس عجيبًا أن تجد معظم أسماء الشركات الشهيرة في هذا المجال شركات يهودية صِرفة ويكفي أن نعلم أن أكبر تجمُّع في العالم الآن هو شركة والت ديزني التي تملك تليفزيون والت ديزني، وتليفزيون تاتش ستون، وكذلك تليفزيون بوينا فيستا، إضافة إلى شبكة الكوابل الخاصة بها التي يشترك بها أكثر من ٢٠ مليون مشترك وهذه الشركة والت ديزني يرأس مجلسها التنفيذي اليهودي ميشيل إيزنر أما ثاني أكبر تجمع إعلامي فهو تجمع تايم وارنر، والتي يعدّ فرعها الشهير Hbo هو أكبر شركة تليفزيونية على مستوى أمريكا والعالم، وهذا التجمع يُدار بمجلس إدارة يجلس على قمته اليهودي جيرالد ليفين وتعتبر هوليوود وهي مدينة السينما الأولى في العالم مدينة يهودية خالصة، والجميع يعلم ذلك٠

إن ما ذكرناه من أمثلة لا يمثل إلا القليل من معلومات هائلة كثيرة، وهذه الوسائل الإعلامية المؤثرة تغيِّر تمامًا من الرأي العام الأمريكي، وتبرز اليهود دائمًا في صورة طيبة جميلة، وتبرز أعداءهم في صورة إرهابية مقيتة

كما أن هذه الوسائل الإعلامية تؤثر بشكل مباشر على انتخابات الرئاسة وغيرها من الانتخابات، ولقد دفع الرئيس الأمريكي السابق نيكسون كرسيه ثمنًا لهجمة صحفية شرسة من جريدة الواشنطن بوست اليهودية الأمريكية.

دور اليهود والإعلام في اسقاط الدولة العثمانية:

الإعلام قد يكون تأثيره أقوى من الأسلحة أو القوة العسكرية ، ولهذا نجح اليهود في تقويض أركان الدولة العثمانية دولة الخلافة بالإعلام وبدا ذلك منذ رفض السلطان عبد الحميد الثاني مطالب اليهود في إقامة دولة يهودية في فلسطين وإقامة مستعمرات وقالوا في وجهه : إن هذا الرفض سوف يكلفك عرشك ، وقالوا إنه يأتي يوم يستقبل أحفادك أحفادنا ممثلين دولتنا في هذه العاصمة وفي هذا القصر أي قصر يلديز قصر السلطان.

ومن الأمور المحزنة والمؤلمة حقاً أن اليهود حققوا مطامعهم وآمالهم في إقامة الدولة اليهودية بسرعة فائقة ، ونفذوا ما هددوا به السلطان عبد الحميد الثاني ، إذ كان أحد الأربعة من اللجنة التي جاءت لتبليغ السلطان بخلعه من العرش يهودياً مشهوراً من مدينة سيلانيك معقل يهود الدونمة في ذلك الوقت وهي الأن اليونان وكان نائباً في مجلس الأمة العثماني ، وكان هذا الرجل هو عمانويل قره صو وكان يعرفه السلطان فلما رآه في تلك اللجنة نظر الى اللجنة وقال متحسراً : ما شأن هذا الرجل معكم؟!!

وكان الشخص الثاني في تلك اللجنة ممثل الأرمن في مجلس الأمة وهو آرام أفندي ومعلوم أن الأرمن قد تآمروا من قبل لقتله بوضع قنبلة في عربته ولم يكن السلطان فيها ، وذلك لحسن الحظ أن السلطان كان قد ذهب إلى المسجد لصلاة الجمعة وتأخر في المسجد لمحادثة شيخ الإسلام لأمر طارئ فتأخر في المسجد وانفجرت قبل ركوبه ، فوجود هذا الرجل إشارة إلى تعاون اليهود مع الأرمن أيضاً في المؤامرات ، ومعلوم أن الأرمن كانوا يريدون إقامة دولة لهم في أراضي الدولة العثمانية.

كان من من أهم أساليب الإعلام اليهودي اساءة سمعة الدولة لإسقاط الخليفة، ومن أساليبهم ما يلي:

١- ترويج الشائعات.

٢- تضليل الرأي العام بالأكاذيب.

٣- التشنيع على الدولة بالإعلام العالمي.

٤- نشر القصص الخيالية التي تخدم أغراضهم.

٥- نشر الأخبار الملفقة في الصحف العالمية.

٦- تشويه سمعة الإسلام والمسلمين في الإعلام المحلي والعالمي.

٧- إقامة مؤسسات زراعية متقدمة وتحويلها الى مستوطنات يهودية.

٨- اقامة مشروعات اقتصادية تجارية عالمية او الإشتراك فيها واستغلالها لأغراضهم بطرق شتى.

٩- تولي المناصب في الدول المختلفة بإظهار أنفسهم من المواطنين المخلصين من الدرجة الأولى بعد تسليط الأضواء عليهم عن طريق الصحف.

١٠- استخدام المرأة وتسخيرها لأغراض شتى. وكمثال لذلك اقرأ كتاب سارة المرأة التي هدمت الدولة العثمانية.

١١- اتخاذ الوعود والتعهدات أو المعاهدات الكاذبة وسيلة لتحقيق أغراضهم.

١٢- تمزيق القوة المعادية لهم أو تفتيتها من الداخل بالأساليب الشيطانية.

١٣- إلصاق التهم المذرية والمنفردة إلى الشخصيات المعادية لهم لإبعاد الناس عنهم ثم تعريضهم للمحاكم والسجون مثل اتهامهم بالتزوير وبيع المخدرات ووضعها في سياراتهم وفي بيوتهم

١٤- استخدام الجمعيات الماسونية العالمية لخدمة قضاياهم في العالم.

١٥- التظاهر بالدخول في الإسلام ، وإبطال اليهودية ثم الدخول في الجمعيات والمؤتمرات الإسلامية للوقوف على الأسرار، أو لإفشالها بأساليب شتى.

١٦- تحريك الشباب أو تسخير قطاعات الشباب والعمال وتأليبهم ضد الحكام والحكومات المعادية لهم، لسهولة التأثير فيهم ولوجود الطاقة الإنفعالية لديهم أكثر.

١٧- التخطيط الدقيق والمدروس لتحقيق أغراضهم عن طريق إحداث مسرحيات مدبرة ، محلية وعالمية على حسب الحاجة.

١٨- إشغال الشعوب المعادية لهم بقضايا هامشية عن القضايا المهمة التي بها يمكن النهوض.

١٩- إضعاف الشعوب الإسلامية وتمزيقها وإثارة الفتن بينها وبين جمعياتها لتبقى متخلفة من الناحية العلمية والصناعية والسياسية والإقتصادية.

٢٠- استخدام القضايا الوطنية وتوجيهها بطريقة تحقق لهم مصالح صهيونية وماسونية بطريق غير مباشر.

٢١- محاولة مستمرة لإلحاق كبار المسئولين الأثرياء وكبار الكتاب والصحفيين والإعلاميين الى الجمعيات الماسونية بالأساليب الشيطانية وتسخيرهم لتحقيق أغراضهم أو لخدمة قضاياها.

٢٢- أساليب تغيير الأنظمة في الدول المختلفة وأساليب الترويج لها.

٢٣- إفساد المجتمعات الإسلامية بشتى الطرق.

٢٤- ومن أساليبهم إثارة الفتن عن طريق لباس أزياء الفرق أو أزياء الجيش والقيام بأدوار مختلفة.

٢٥- إذا ارادوا إسقاط الشخصية أو الدولة، يسقطون أولاً شأنها ويفضون الناس من حولها بإثارة الضجة وتشويه السمعة بكل الوسائل والأخبار الملفقة أو بإثارة أحداث مضادة ثم تكبيرها وجعل الحبة منها قبة حتى اذا تمت إثارة الناس عليها أو انفض الناس من حولها يبدءون بالإسقاط بالضغط للتنحي أو بالقوة الفعلية العسكرية أو بالإنتخاب ويخطط لهذا وذلك تخطيط زمني.

٢٦- استخدام القوة الإقتصادية إلى جانب القوة الإعلامية والسياسية ، وذلك بفضل ما يمتلكون من القوة الإقتصادية في معظم دول العالم.

٢٧- دراسة نفسيات الشخصيات والمجتمعات أو القطاعات الإجتماعية للتأثير الإيجابي والسلبي معاً للدخول في قلوب الناس لإحداث المودة والحب أو لإحداث النفور بالوسائل الإعلامية الاجتماعية الخاصة او لإحداث التغيير في الإتجاهات من الحب الى النفور او العكس.

الباب السادس
المواجهة

مواجهة الإعلام الإسرائيلي :

ما العمل كي يواجه العرب الإعلام الغربي الموجه من قبل الصهيونية، مواجهة عقلانية ؟.

من المهم أن ينشط الإعلام العربي الخارجي، وأن يوظف جميع إمكاناته ووسائله من مكاتب إعلامية تابعة للسفارات العربية في الخارج والمكتبات ودور النشر، والصحف، ومراكز البحث العلمي ، والمعارض وغيرها للدفاع عن الشخصية العربية ودحض الافتراءات التي تلصق بها والعمل على تعرية تلك الافتراءات وكشف أهدافها ومروجيها أو العمل على قيام تعاون وثيق مع قيادات الرأي العام العالمي بما يعود بالنفع على العرب والقضية العربية العادلة وضرورة إنشاء مجالس ولجان من المفكرين والصحفيين وكبار المثقفين العرب لتسيير الإعلام العربي داخلياً وخارجياً على أن يكون الإعلام العربي المحلي موحداً في العالم العربي بأسره بحيث يؤول إلى تعبئة الأمة نفسياً حول هدف إيجابي موحد هو مقاومة إسرائيل .

أما الأعلام الخارجي فيجب أن يوكل به إلى نخبة من أهل الفكر والمعرفة والخبرة والاختصاص حتى يكون أكثر فاعلية وقيام وكالة عربية دولية للأنباء، لأنه في حالة وجودها فإنها ستفوق بفاعليتها وتأثيرها كل وسائل الإعلام الأخرى وهذا يتطلب مساعدة مالية عامة وعاجلة من الحكومات العربية لأن معدل ميزانية وكالة أنباء دولية وعالمية يتعدى مئات الملايين من الدولارات سنوياً .

أين أمة الإعلام من الإعلام؟

لما كانت الأمة الإسلامية هي أمة القرآن، والقرآن هو الرسالة الإعلامية الخاتمة والخالدة التي أُرْسِل بها حبيبنا محمد المعلم، وإمام الدعاة، والرسول الخاتم ص وجب علينا نحن الأمة الخاتمة أن نبلِّغَ هذا الدين إلى العالمين؛ولكن لتبليغ هذا الدين العظيم وهذه الرسالة الصادقة، لابدَّ من إعلام عظيم وإعلاميين صادقين مع الله ومع أنفسهم، يحملون على عاتقهم عبء الدعوة وهمَّ الأمة، ويستشعرون حجم المسؤولية الملقاة عليهم.

يجب على كلِّ مسلم أن يعي جيدًا أنه صاحب دعوة، وأنه مأمور بتبليغ الإسلام؛ لقوله ص -: بلِّغوا عني ولو آية، والتبليغ هنا كما يقول أحدهم تكليف، ولو آية تخفيف، ودعوة الناس إلى ما يحييهم بالحكمة والموعظة الحسنة مُهمَّة كلِّ مُنتسب إلى الإسلام؛ لقوله جل وعلا -: {ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ} [النحل : ١٢٥].

لكن هل يمكن أن نتحدثَ في هذا العصر عن تبليغ بدون وسائل إعلام متطورة وجادة، ذات صدق، وسمعة طيبة؟ أم هل يستقيم عود الدعوة بدون إعلاميين موهوبين، ومتخصصين يجيدون علوم الدين وفنون الاتصال؟ لا طبعًا؛ لأن فاقد الشيء لا يعطيه.

إذًا؛ فما الذي ينبغي فعله في ظل هذا الواقع الإسلامي العليل، الذي يفتقرُ إلى وسائل إعلام متطورة ومؤثِّرة تخاطب العالمين بكل اللغات الحيَّة؟!

ان تقدُّمَ الأمم اليوم أصبح يقاس بتطور علومها، لكنَّ هذه العلوم لا تستطيع أن تؤتي أُكلَها، ولا يمكن جني ثمارها بدون إعلام متطور، فالإعلام هو محور العلوم في هذا العصر، ويجب أن نسلِّمَ اليوم أن العالم بمشارقه ومغاربه أصبح قرية صغيرة، أو بالأحرى حاسب صغير بفضل وسائط الاتصال المتعددة ووسائل الإعلام المتنوعة، والمعركة التي تجري رحاها اليوم بين الإسلام وأعدائه، معركة إعلامية فى الأساس، فكلُّ الحروب الأخرى الثقافية والسياسية والاقتصادية والعسكرية لا تستطيع تحقيق مآربها في غياب آلة إعلامية فتَّاكة تُحسن اختيار الأوقات المناسبة؛ لتوجيه ضرباتها وهجماتها بإتقان.

لقد فطن قادة الحركة الصِّهيونية إلى الأهمية التي يكتسبها الإعلام في العالم، واعتبروه أفضل وسيلة لنشر حركتهم العنصرية، وتحقيق هدف خلق دولة يهودية في فلسطين، فراحوا يخطِّطون لبسط نفوذهم وسيطرتهم على وسائل الإعلام؛ من أجل تنفيذ مخططاتهم الجهنَّميَّة، وتحقيق أهدافهم عن طريق حرب الإعلام التي تعتمد على التضليل وتزييف الوقائع وتزوير الحقائق، ونجحوا بالفعل في مسعاهم هذا ولا يَخفى على أحدٍ اليوم، تحكم اللوبي الصِّهيوني فى القرار الإعلامي في أمريكا وأوربا الغربية، بحيث استطاع أن يتغلغلَ في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ومؤسسات الدعاية والمعلومات، ووكالات الأنباء وشبكات التلفزيون، ودور النشر الأمريكية.

والملاحظ أنَّ الصِّهيونية تعتمد على الصحافة في عملية التأثير الدعائي،كما جاء في البروتوكول الثاني عشر من بروتوكولات حكماء صهيون:وستكون لنا جرائد شتى تؤيد الطوائف المختلفة من أرستقراطية وجمهورية وثورية، بل وفوضوية أيضًا، وسيكون ذلك طالما أن الدساتير قائمة وجاء في بروتوكول آخر: ومن خلال الصحافة أحرزنا نفوذاً، وبقينا نحن وراء الستار، ويلمِّحُ البروتوكول الثاني عشر إلى أهمية السيطرة على وسائل الإعلام(١)، حيث نصَّ على قول والقنوات التي تجد فيها التفكير الإنساني تُرجمانًا له: ستكون هذه الوسائل خالصة في أيدي حكومتنا.

وتعتبر منظمة إيباك المسؤولة عن الدعاية الصِّهيونية، والتخطيط لعمليات التغلغل في الأجهزة المهمَّة في الولايات المتحدة الأمريكية بمثابة الأخطبوط الذي يسيطر على الإعلام الأمريكي، ويتحكَّم في كلِّ التفاصيل الدقيقة التي من شأنها إضفاء بصمة صهيونية خالصة على خط التحرير، والإخراج الصحفي، في هذه المؤسسات الإعلامية الأمريكية المتصهينة، حيث تقوم هذه المنظمة باقتراح المواضيع والزوايا الخاصة للصحف، ومراقبتها، وتزويدها بالعمليات والمواضيع التي تتفقُ ووجهةَ النظر الصِّهيونية، كذلك تعمل مع المنتجين والكُتَّاب، وتقوم بعمل صداقات مع الصحفيين البارزين وتزودهم بالمعلومات، وقد شكَّلت هذه المنظمة منذ الأربعينيات مجلس الطوارئ، واختارت وازمن لرئاسته، حيث أعلن هذا المجلس الخطوط العامة في مجال الإعلام مؤكِّدًا عدة نقاط، منها: يجب أن نركِّزَ اعتمادنا على قاعدة عريضة من الرأي العام.

فأين إعلامنا الإسلامي من هذا التقدم الذي حازه الإعلام الصّهيوني على عدة مستويات؟! وأين أمَّة الإعلام من الإعلام؟! متى سنمتلك أسلحة العصر ونلحق بالركب الحضاري؟! ألم يَحنِ الوقت بعدُ لنُسمعَ العالم صوت الحق؟! إن لم يكن ذلك اليوم فمتى؟!

يجب علينا كأمَّةٍ إسلامية أن نسعى إلى خلق مؤسسات إعلامية مقاومة ومجاهدة، وحينما أقول: مقاومة، فإنني أتحدث عن المقاومة كمفهوم واسع وشامل، تتبنى مواجهة إيمانية وعقلانية على جميع الجبهات، وتقف سدًّا منيعًا ضدَّ تسربِ أي شكل من أشكال التطبيع والغزو الثقافي أو الاقتصادي، اللذينِ يمهدان للغزو العسكري المدمر، وعندما أقول: مجاهدة، فإنني أتحدث عن الجهاد كمنظومة شاملة ومتكاملة، لا تُفرّط في أي جانب من جوانب الحياة: جهاد بالنفس، جهاد بالمال، جهاد بالعلم، بكل الوسائل المتاحة، وهذا لا يمكن إلا بإرادة صادقة، وعزيمة قوية، واتحاد كلمة الأمة، وتكاتف جهودها، رجال الأعمال بتمويلهم، والعلماء بعلمهم، والإعلاميون بأقلامهم وآلاتهم ومنابرهم، والعُمَّال بسواعدهم، والشباب بحيويَّتهم وطاقاتهم، والشيوخ بتجاربهم ونصائحهم، كلٌّ يعمل وفق امكانياته.

حان الوقت لندبِّرَ في صمت ونعمل في العلن، أو كما قال المجاهد المغربي الكبير عبد الكريم الخطَّابي -: فكِّر بتأنٍ واضربْ بقوة، فتعالوا نفكِّر بتأنٍ ونضربُ بقوة قبلَ أن يفوتَنا الأوان، ونُضربُ نحن بقوة.

يمكن أن يقول واحد: إن اليهود يملكون المال؛ لذلك فعلوا كل ذلك؟ إن الرد على مثل هذا التحليل الساذج، أن نقول: وهل لا يمتلك المسلمون المال؟ إن الأموال العربية والإسلامية أكثر من أن تُحصى، ولقد شاهدنا جميعًا رئيس الوزراء البريطاني وهو يدور على الدول الخليجية يطلب منها المعونة لإنقاذ العالم من أزمة مالية طاحنة. إن القضية ليست قضية مال إنما القضية في الحقيقة هي قضية فكر ،إننا كثيرًا ما نصرخ بأعلى أصواتنا، لكن داخل غرفة مغلقة،وبينما يتحدث اليهود في وسائل إعلام تخاطب البلايين، وتصل إلى كل مكان في العالم من أقصاه إلى أقصاه، نجد أن المسلمين لا يخاطبون إلا أنفسهم، ولا يشرحون قضاياهم إلا لأبنائهم. أليس مسئولية العلماء والدعاة أن يلفتوا أنظار الأمة إلى أهمية هذا المجال الخطير؟ وإلى مدى تأثيره؟ أليس من مهمة الساسة المسلمين أن يوجِّهوا طاقات دولهم إلى إنشاء إعلام منافس يردُّ على أباطيل اليهود وأكاذيبهم؟ أليس من اهتمامات الاقتصاديين الإسلاميين أن يُنشِئوا قنوات فضائية، ومجلات احترافية، ومواقع إنترنت متمكِّنة تحمل أخبارنا بألسنتنا إلى العالم أجمع؟! أليس من مهمة المسلمين الذين يتقنون اللغات الأجنبية أن يحوِّلوا كل حقائقنا إلى لغات العالم حتى يفهم الجميع قضيتنا بدلاً من التنافس غير المفهوم بين قنوات وجرائد كلها يتكلم اللغة العربية فقط؟ أليس من مهمة الجاليات المسلمة في البلاد الغربية أن يردوا على هذا الإعلام اليهودي المضلل بإعلام إسلامي مضاد، وأن يُدخِلوا الإعلام في بؤرة اهتمامهم بدلاً من هذا الإهمال غير المقبول؟ القضية ليست سهلة، والطريق صعب وطويل، لكن إذا كان اليهود قد نجحوا فيه، فالمسلمون على النجاح أقدر، ولكن لا بد من بداية جادَّة.

يوم نستطيع أن نجيب على الأسئلة السابقة، سوف يتغير حالنا تغيرًا جذريًّا بإذن الله وليس من الحكمة ولا الصواب أن نكتفي بلوم اليهود على كذبهم وتزويرهم، بينما يحترف أصحاب الحق السكوت!!

الإعلام العربي مقابل الإعلام الإسرائيلي:

في مواجهة إسرائيل فشل العرب تقريبا حتى الآن في معركتهم السياسية والعسكرية وكذا الإعلامية معها،فحاصل ميزان الربح والخسارة حتى الآن يرجح لصالح إسرائيل ميدانيا هي تحتل أراضي عربية وفلسطينية، وعسكرياً وسياسياً واقتصادياً إسرائيل يساندها الغرب بالحفاظ على أمنها، فقد تم التزاوج بين إسرائيل والغرب بسبب المصالح المشتركة لهما في الوقوف ضد العرب وتطلعاتهم نحو مستقبل أفضل ومنذ بداية الصراع العربي ـ الإسرائيلي اتجه العرب إلى الاستعانة والاعتماد على الغير، ولم يعملوا حتى الآن على تعزيز قوتهم الذاتية والتنسيق فيما بينهم لمواجهة إسرائيل التي لا زالت رابضة على الأراضي المحتلة ومستمرة في تعزيز قوتها الذاتية مقابل العرب، حتى توصلت إلى صنع سلاح نووي استعان معظم العرب بالاتحاد السوفيتي فورطهم واستعانوا بالولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية فخذلوهم واستعانوا بالأمم المتحدة فلم تنصرهم لأنها تحت تأثير الدول المذكورة وراهن العرب تاريخياً على الحزب الديمقراطي في الولايات المتحدة وحزب العمل في إسرائيل وما الحزب الديمقراطي إلا صنو الحزب الجمهوري

وكلاهما واقع تحت تأثير اليهود والإعلام اليهودي وتحت تأثير إسرائيل ومن ورائها الصهيونية وحزب العمل الإسرائيلي ليس أرحم أو أكثر اعتدالاً من حزب الليكود والأحزاب اليمينية الأخرى فحزب العمال هو الذي أعلن إقامة دولة إسرائيل وزرع المستعمرات وأقام المجازر ونفذ سياسات التهويد واحتلال الأراضي العربية وضمها لإسرائيل وشن العدوان تلو الآخر على الفلسطينيين ومعاهدة كامب ديفيد المشهورة تمت والحزب الحاكم في إسرائيل هو حزب الليكود، اليميني المتطرف.

يبقى للعرب قوتهم الذاتية التي حتى الآن لم ينجحوا بشكل عام في توظيفها موحدة لصالح قضاياهم وفي طليعتها قضية فلسطين قوة العرب يعزز فعاليتها تفاهمهم وتضامنهم ووحدة كلمتهم، ويعني هذا تعاونهم في توحيد قدراتهم العسكرية والسياسية والإعلامية،والتنسيق الجاد والمستمر فيما بينهم في شتى الأمور الجوهرية والأساسية.

العرب مهددون من قبل أعداء كثر، ومنهم الجاران إسرائيل وإيران، وكلاهما محتل لأراض عربية، ويطمع في المزيد ويشهد التاريخ أنه ما إن اتحد العرب إلا والانتصار حليفهم، فانتصروا على الصليبيين والتتار وعلى إسرائيل في حرب ١٩٧٣م؟ حتى الآن لا توجد خطة موحدة أو استراتيجية إعلامية تتبناها الدول العربية بهدف تعرية إسرائيل وتعرية مزاعمها في الأرض العربية بفلسطين وغيرها، وتعرية ما تقوم به من ظلم واضطهاد للشعب الفلسطيني الإعلام في الدول العربية منكفئ بشكل عام على الجانب المحلي والرسمي لكل دولة مع استخدامه في الخلافات فيما بينها

وفي المقابل كسبت إسرائيل معظم دول العالم تقريباً بإعلامها المركز والمكثف، يساعده الإعلام اليهودي والصهيوني العالمي والإعلام الغربي بشكل عام لا توجد الآن دولة غربية تؤيد علناً القضاء على إسرائيل أو المساس بأمنها لم يترك الإعلام الإسرائيلي والصهيوني، خاصة في الولايات المتحدة والدول الأوروبية، وسيلة إلا استثمرها ضد العرب كعنصر وثقافة وسلوك الخ وعندما عارضت بريطانيا صفة المراقب لإسرائيل في الأمم المتحدة كان ذلك بعد رفض الرئيس محمود عباس شرطين بريطانيين: عدم انضمام دولة فلسطين إلى محكمة الجنايات الدولية، والشروع في المفاوضات المباشرة مع إسرائيل. الموقف البريطاني هذا راعى رغبة حكومة المحافظين بتأييد الإعلام اليهودي والصهيوني لحزب المحافظين في الانتخابات المقبلة وخلاصة القول إن إسرائيل بإعلامها تمثل قوة شر تسببت في قتل الفلسطينيين وتشريدهم وتدمير بلادهم، والله تعالى يقول من أجل ذلك كتبنا على بني إسرائيل أنه من قتل نفسا بغير نفس أو فساد في الأرض فكأنما قتل الناس جميعا ومن أحياها فكأنما أحيا الناس جميعا ولقد جاءتهم رسلنا بالبينات ثم إن كثيرا منهم بعد ذلك في الأرض لمسرفون (المائدة ٣٢)،

فعملية تأليب الرأي العام العالمي ضد العرب وتشويه صورتهم وتزييف حقيقة وعدالة قضيتهم سياسة تتم صياغتها بعناية فائقة من قبل المسؤولين الإسرائيليين ساسة وأكاديميين فقد نجحت الاستراتيجية الصهيونية في خلق الشحن النفسي والمذهبي والطائفي وهو العامل المؤثر والأهم

ولعل كل متتبع عربي شاهد مدى الفرح الصهيوني بما يحدث الآن في الوطن العربي، حيث امتدت الرؤية الإسرائيلية التي استغلت من خلالها البروبوجاندا' السياسية الإعلامية لخدمة المصالح الصهيونية في الخارج الإسرائيلي، في عدة قضايا دولية، خصوصاً تلك التي تخص العالم العربي وتدخل من ضمن خصوصياته أو سيادته الإقليمية، كاللعب على وتر الطائفية السياسية في الدول العربية والإسلامية من أجل إثارة الفوضى والبلبلة وعدم الاستقرار.

فبنيامين عزار يقول: (إن الإيحاء للعالم باستمرار العداء من قبل العرب لإسرائيل يخدم جملة من التصورات والمفاهيم التي تقوم على أن الدول العربية تريد إبادة إسرائيل وإزالتها من الوجود وهو شيء علينا أن نعمل على إقناع شعبنا والرأي العام به بكل الوسائل التي بين أيدينا لأن ذلك يعد من مصالحنا العليا والهدف من هذا القول هو إضفاء شرعية على الممارسات الصهيونية البشعة والعدوانية واعتبارها دفاعاً عن النفس ضد الأخطار التي تتهددها كما تدعي ويمكن ارجاع نجاح الدعاية الصهيونية إلى عدة عناصر:

- تعدد منظمات الدعاية وتنوعها وضخامة عددها واعتمادها على التخطيط العلمي.

- تقوم الدعاية الصهيونية بتوظيف أعضاء الجماعات اليهودية في الغرب،فهم يشكلون جزءاً مهماً داخل الجسد الغربي على رغم استقلاله النسبي ومن ثم تبدو الدعاية الصهيونية كما لو أنها ليست وجهة نظر دولة أجنبية إنما تعبير عن مصالح أقلية قومية.

- غياب الدعاية العربية.

ولكن السبب الحقيقي والأول لنجاح هذه الدعاية؛ هو أن إسرائيل كيان وظيفي أسسته الإمبريالية الغربية ليقوم على خدمتها، لذا فهي تحظى بكثير من التعاطف، لأن بقاءها كقاعدة للاستعمار الغربي جزء من الاستراتيجية العسكرية والسياسية والحضارية للعالم الغربي.

من هنا نجد أن عملية الدمج الكلي للإعلام بالسياسة الخارجية والعسكرية للكيان الصهيوني في ظل الدعم الغربي إعلامياً وسياسياً ومادياً وعسكرياً تحاول أن تبث في نفوس العرب اليأس والإحباط للتخلي عن المقاومة التي هي الطريق الوحيد لاستعادة الحقوق المغتصبة وهذا ما قاله رئيس الوزراء الإسرائيلي الأسبق إسحاق رابين: إن السياسة الإعلامية والدبلوماسية الإسرائيلية يجب أن تنطلق من أن إسرائيل قد أصبحت حقيقة ثابتة في المنطقة العربية وأن مهمتها تتجسد في مواجهة العرب بتلك الحقيقة على الصعيد العالمي، وتوضيح مقدار عجز العرب عن تغيير هذه الحقيقة المؤكدة التي يجب أن يقروا بها ويتصرفوا على ضوئها).

أهم المصادر والمراجع

١- بحث مقدم في اللقاء الثالث لمنظمة الندوة العالمية للشباب الإسلامي محمد رمضان لاوند.

٢- مراجعات في الفكر والدعوة والحركة -عمر عبيد حسنة .

٣- عدد من الصحف العربية والمجلات منها صحيفة أخبار الخليج –

٤- صورة الإسلام في الإعلام الغربي- محمد بشاري

٥- يورانيوم الإعلام: حروب الأعصاب بالتقنيات الرقمية - د. إياس خضير البياتي .

٦- الصحوة: النفوذ اليهود في الولايات المتحدة الأمريكية- ديفيد ديوك ، ترجمة د.إبراهيم يحيي الشهابي .

٧- أرقام تحكي العالم -عمرو توفيق

٨- المتلاعبون بالعقول -هربرت شيللر، ترجمة عبد السلام رضوان.

٩- الاسس العلمية لنظريات الاعلام، د. جيهان رشتي

١٠- الاعلام والاتصال بالجماهير، ولبير شرام

١١-الاعلام والهوية الوطنية- د. ايمان عز العرب

١٢- وسائل الاعلام والتنيمة الاجتماعية- د. شاهناز طلعت

١٣-الاعلام الثقافي- د. عزام ابو الحمام

١٤-الاعلام والسلطة- أ. بسام عبد الرحمن المشاقبة

١٥-الاعلام وقضايا حقوق الانسان- بسام عبد الرحمن الجرايدة
١٦-التربية الاعلامية - فهد بن عبد الرحمن الشميمري٠
١٧-تكنولوجيا الاتصال فى خدمة المجتمع- محمد سيد فهمى٠
١٨-وسائل الاتصال نشأتها وتطورها- محمد منير حجاب٠
١٩-سيسيولوجيا الاتصال والاعلام- عبد الله محمود عبد الرحمن٠
٢٠-العلاقات العامة والاعلام – حسين عبد الحميد أحمد٠
٢١- مدخل إلى الاتصال الجماهيرى –شدوان شيبة طارق٠
٢٢- مقدمة فى علم الاتصال-عبد الحميد درويش٠
٢٣- الاتصال والاعلام فى المجتمعات المعاصرة – صالح خليل أبو أصبع٠
٢٤- الرأي العام في الإسلام- محيي الدين عبدالحليم.
٢٥- الرأي العام في الإسلام- محمد عبدالرؤوف بهنسي.
٢٦- رحلة الضياع للإعلام العربي المعاصر- يوسف العظم .
٢٧- سيطرة الصِّهْيونية على وسائل الإعلام العالمية-زياد أبو غنيمة.
٢٨- الإعلام اليهودي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية. يوسف محيي الدين أبو هلالة .

الفهرس